Cómo SOBREVIVIR a la ESCRITURA

Lo mejor de *GABRIELLA LITERARIA* sobre escribir, publicar y promocionar tus libros



Gabriella Campbell

Prólogo de César Mallorquí

Nota de la autora sobre este libro

Este libro o eBook que tienes en las manos o en la pantalla no pretende ser una recopilación completa de los contenidos de mi web, Gabriella Literaria. Llevo publicando en el blog desde hace años y un libro así sería un tochaco inmenso, enciclopédico.

A lo largo del tiempo he aprendido más y más cosas (espero), por lo que algunos artículos de la web han quedado incompletos o directamente obsoletos. También hay cierta repetición de conceptos, pensada para los que visitan la web por primera vez. Así que aquí he reunido lo que creo que es más interesante para escritores: los artículos que los propios lectores han definido como los más útiles.

También he incluido los mejores artículos de los que mandé como emails a mi lista de correo. Estos últimos eran exclusivos para la lista, así que es muy probable que haya alguno que todavía no has visto.

Verás que los artículos se dividen en apartados: mentalidad, dedicado a la vida de escritor en general y sus múltiples desafíos; productividad, dedicado a la gestión de tiempo y energía para sacar el máximo rendimiento a nuestro trabajo; técnica literaria, que analiza algunas de las cuestiones formales y estructurales que más nos preocupan a los autores; publicación, dedicado a algunos de los aspectos más complicados del proceso de edición y puesta en venta; y marketing, para ayudarnos en la siempre complicada tarea de darnos a conocer.

Verás también que no trato mucho en este libro cuestiones sistemáticas como el proceso completo de la autopublicación o la cadena tradicional del libro. Si necesitas ayuda en ese sentido, encontrarás tutoriales estupendos en internet (y también puedes acudir a los talleres gratuitos que suelo organizar en el festival Celsius de Avilés, por ejemplo). Tampoco trato mucho cuestiones básicas de ortografía, gramática y estilo, ya que las encontrarás en otro de mis libros, 70 trucos para sacarle brillo a tu novela.

En los artículos hay enlaces en el texto, por si lees este eBook en un dispositivo con conexión a internet. Si no es así, he reunido todos los enlaces en un apartado bibliográfico al final, para que puedas investigar lo que te interese desde tu herramienta habitual de trabajo. En internet los enlaces pueden tener una vida limitada, así que te pido que si algún enlace está roto o si el recurso al que apunta ya no existe, me envíes un mensaje si puedes, para arreglarlo.

Este libro solo incluye contenidos publicados (o enviados a la lista) entre 2015 y principios de 2019, porque a) todos mis artículos anteriores a 2015 dan un poco de vergüencita ajena y b) todavía no puedo viajar al futuro y traeros artículos de allí. Arranca con un prólogo de César Mallorquí, uno de mis referentes en esto de la escritura. César es uno de los pocos autores que conozco que comparte mis ideas sobre la escritura como profesión, como oficio, y ha sido un privilegio poder contar con su pluma, que, como descubrirás, es espléndida. Para algo es Premio Nacional de Literatura y para algo es uno de los mejores autores de fantástico en este país. Lee también sus libros (sobre todo mi favorito, Trece monos) y su blog (La Fraternidad de Babel).

Apunto que es posible que este libro contenga demasiadas referencias a El ciclo de la Luna Roja de José Antonio Cotrina, trilogía de fantasía de la que soy groupie. Prometo que esto es pura casualidad por los artículos seleccionados y pido disculpas de antemano, como obliga mi 50% de sangre británica.

Y eso es todo por ahora. Hayas llegado a este libro porque conocías mi web y buscabas una recopilación de sus mejores contenidos o porque no la conocías de nada, pero tu amiga Maripuri dice que te vas a reír con mis tonterías, espero que lo disfrutes y te sea de alguna utilidad. Por desgracia, mis propias limitaciones como maquetadora, diversas restricciones de derechos de autor y las limitaciones técnicas de la plataforma y formatos para los que está pensada esta obra significan que no incluiré mis ya famosísimas imágenes absurdas con pies de página repletos de chistes malos. Para eso tendrás que regresar a la web.

Y es que la vida es así de dura.

Pero qué te voy a contar a ti de vida dura, si eres una persona que escribe.

Escribir es difícil, publicar lo es aún más. Y ya conseguir que te lean es de nivel pesadilla.

Si alguna vez has jugado a algún videojuego en nivel pesadilla, sabes que la satisfacción absoluta no es pasarte el nivel.

Es batir tu propio récord, avanzar una mijilla.

Sobrevivir tan solo un par de segundos más.

Prólogo: El arte de la paciencia, la técnica de la emoción

«Paciencia». Eso es lo que suelo responder cuando un joven aspirante a escritor me pide consejo. Mucha paciencia. No creo que me hagan demasiado caso; ni siquiera estoy seguro de que entiendan lo que quiero decir. ¿Paciencia para qué?, piensan. ¡Tengo prisa por escribir mi novela! He ideado una gran historia y voy a narrarla.

Sin embargo, la escritura es una de las labores que más paciencia requieren. Escribir una novela lleva meses, o años, o casi toda una vida, como las dos décadas que tardó Víctor Hugo en escribir Los miserables. Mucho tiempo dedicado a un trabajo lento, obsesivo y solitario. Hay que ser muy paciente y muy perseverante para dedicarse a algo así.

Pero no me refería a esa clase de paciencia. Cuando alguien se plantea escribir literatura, se enfrenta a dos malentendidos. En primer lugar, que todos sabemos escribir; nos enseñan de pequeños y lo hacemos a lo largo de toda la vida, aunque sólo sea para redactar la lista de la compra. Así pues, dado que dominamos la herramienta básica, componer un texto de ficción se antoja fácilmente asequible.

El segundo malentendido es esa visión romántica que contempla a los escritores como seres tocados por la gracia de las musas, individuos dotados de un talento innato que, sin apenas esfuerzo, son capaces de sacar obras de arte de la nada. El mito del escritor como demiurgo.

Ambos criterios son, no solo equivocados, sino también desorientadores. Supongamos que deseas escribir ficción, probablemente porque eres un gran lector y has llegado a un punto en que quieres dejar de ser el sujeto pasivo del hecho literario y pasar a la acción. Todo lo que necesitas es imaginar una buena historia y escribirla, comenzando por el principio y acabando por el final. Parece sencillo, ¿verdad? El problema es que no es así, ni remotamente. Eso no funciona.

Porque en realidad, la historia que cuentas es mucho menos importante que cómo la cuentas. Por tanto, la clave de la escritura reside en la manera (mejor dicho, las maneras) de narrar una historia. Para ello, lo primero que tendrás que hacer es generar una «estructura narrativa». Es decir: ¿Desde qué punto de vista vas a escribir? ¿Con qué tono? ¿Con qué ritmo? ¿Qué clase de narrador vas a utilizar? ¿Cómo empieza y cómo acaba? ¿Qué cuentas y qué ocultas? ¿En qué orden lo cuentas? ¿Tiempo lineal o tiempo alterado? ¿Dónde vas a encajar el o los

clímax? ¿Una única línea narrativa o historias paralelas?... Y unas cuantas cuestiones más.

Nada de eso es intuitivo, nada de eso surge de un supuesto talento innato. Se aprende. Y se reflexiona. Y se practica. Porque, más allá de las musas y de la magia del arte, la narrativa es una actividad muy técnica.

Y aquí es donde alguien podría sentirse confundido, porque técnica es una palabra demasiado prosaica para asociarla a un arte tan sublime y lleno de emociones como la literatura. Pero no es lo mismo sentir una emoción que inducirla. Para experimentar una emoción compleja hace falta sensibilidad; para generarla se necesita sensibilidad y técnica. El escritor no es un demiurgo, es un ilusionista; y, como todo ilusionista, ha empleado mucho tiempo y esfuerzo en aprender y practicar los trucos de su oficio.

Si quieres tomarte en serio la escritura, debes olvidarte de las veleidades narcisistas y los mitos que tanto se asocian a esa actividad, y centrarte en el aprendizaje y la práctica. Y ahí es donde entra en juego la paciencia.

Para convertirte en escritor, lo primero que debes hacer es aprender a leer. Ya, ya sé que sabes leer; de hecho, eres un gran lector. Pero ahora se trata de leer analíticamente, rastreando en el texto las «artimañas» que emplea el autor. Luego deberás aprender las técnicas necesarias para crear una estructura narrativa. Y no solo aprenderlas, sino interiorizarlas, automatizarlas. También tendrás que aprender a diseñar personajes. Y a escribir diálogos. Y a realizar descripciones. Y, por supuesto, tendrás que pulir tu prosa hasta que brille. Todo eso requiere mucho esfuerzo, mucha tenacidad, mucha práctica y, sobre todo, mucho, mucho, mucho tiempo. En definitiva: paciencia.

Pero lo peor es la desorientación. El aspirante a escritor se enfrenta en soledad a una tarea que en principio le desborda. Debe aprender técnicas de cuya existencia ni siquiera es consciente. Ignora cuál es el camino más directo, da vueltas, se mete en callejones sin salida. Y finalmente, cuando por fin ha superado todos los obstáculos, ¿qué va a hacer con sus textos? ¿Dónde publicarlos? ¿Cómo promocionarlos? ¿Qué pasos hay que dar para hacerse un hueco en el mercado editorial? Y todo eso sin ayuda.

¿O sí existe ayuda? Uno de los milagros de Internet ha sido poner a nuestro alcance información que antes era de difícil acceso, y aproximar a personas con intereses similares. Hace ya unos cuantos años, la escritora Gabriella Campbell

decidió poner su experiencia y conocimientos al servicio de los aspirantes a escritor a través de su blog Gabriella Literaria, una bitácora concebida para ayudar a quienes comienzan a adentrarse en el oficio de escribir.

El presente libro, Cómo sobrevivir a la escritura, contiene, según palabras de la propia autora, «una selección de lo mejor (o, por lo menos, de lo más útil para los escritores) de todos los artículos de la web y de la lista de correo». Creo que, en efecto, se trata de una guía, pero no tanto de supervivencia (aunque también), como de viaje. Una guía de viaje por el país de la escritura.

Una de las grandes virtudes de Gabriella Campbell es que no se anda por las ramas. No hace literatura con la literatura, no alimenta los mitos, no teoriza más allá de lo necesario. Sus artículos son eminentemente prácticos; ofrecen respuestas concretas a problemas concretos. Leerlos no te librará de todo el trabajo necesario para convertirte en escritor, pero te allanarán el camino. Y, sobre todo, te orientarán. Sinceramente, me habría encantado poder contar con un libro como este cuando daba mis primeros pasos en el mundo de la escritura. Me habría facilitado mucho la vida.

Después de casi treinta años dedicado a la narrativa, creo que he aprendido algunas cosas. Entre ellas, que escribir no es un placer (aunque a ti pueda producírtelo): es un oficio. Este libro te ayudará a aprenderlo.

César Mallorquí

Marzo de 2019

Mentalidad

¿De qué va esto de escribir?

Por qué no progresas en tu escritura

Que yo no digo que a la escritura haya que tratarla como un proceso frío y científico.

Tampoco entiendo por qué lo científico tiene que ser frío. Lo científico puede ser apasionante.

A mí me produce pasión (de esa escalofriante y gustosa) todo lo que estamos descubriendo en los campos del aprendizaje. Se habla de una nueva «ciencia de la pericia» (science of expertise), pero no veo que se aplique demasiado al campo de la escritura.

Sospecho que es por el halo.

No el de la canción de Beyoncé, el otro.

La magia de escribir (y de no aprender)

A la escritura la envuelve un halo de misterio y magia que hace que nos creamos diferentes. A veces da la sensación de que el trabajo y la disciplina ocurren en otros sectores, menos mágicos y misteriosos que el nuestro.

Seguimos cubriendo de humo todo lo que es el proceso de aprender a escribir, porque cubrirlo de humo es mucho más fácil que tener que pararse a pensar y diseñar un sistema válido que nos permita progresar en nuestra escritura de una manera eficiente.

«¡Pero, Gabriella! —me dirás, con esa vocecilla insistente e imaginaria que siempre pone bien las comas de vocativo—: ¡El mundo está lleno de cursos para escritores!».

Cuánta razón, vocecilla. Haberlos haylos. Los hay buenos, con metodología docente detrás, pero también hay muchos que parecen un montón de cosas

inconexas encontradas por internet y tiradas a un cubo. Por cada taller o curso bien diseñado hay tres que dejan a sus alumnos rascándose la cabeza, perplejos. Esos alumnos me escriben y me cuentan sus experiencias, y algunas no son bonitas.

Pasa algo similar con las conferencias y las famosas masterclasses. Escuchar hablar a los que saben es genial, pero si no tenemos cuidado, se convierte en otra gota en el cubo ese del que hablaba. Un cubo lleno de conocimientos y ejercicios aleatorios.

Yo también doy talleres o charlas, a veces, y soy muy consciente de mis limitaciones. Le doy muchas vueltas a qué utilidad pueden tener para mi público. Aunque me exigen mayor esfuerzo mental (y energético, que ya sabes que los introvertidos somos así), las consultorías individuales parecen más efectivas para escritores, ya que se ajustan a sus necesidades y proponen cuestiones prácticas que pueden aplicar enseguida. Pero todas las consultas profesionales del universo sirven de poco si el alumno no está dispuesto a invertir el tremendo esfuerzo que supone salir a diario de una mentalidad fija, empujarse a sí mismo a progresar.

Seguro que has oído aquello de que las cosas se convierten en verdad si se dicen muchas veces. Y seguro que has oído lo de «a escribir se aprende escribiendo». Pues sí, claro que sí. Del mismo modo que aprender a tocar el piano se aprende tocando.

Pero no solo tocando, ¿verdad? Si te sientas ante un piano y comienzas a pulsar las teclas, puedes hacerlo durante horas y días y semanas, y eso no te va a convertir en Chopin.

Ya he hablado alguna vez de la importancia de compaginar teoría y práctica en nuestro camino como escritores. Escribir todos los días no te va a enseñar a usar los verbos ni a retratar a tus personajes. Por lo menos, no en mucho tiempo. Y ese es el problema de la práctica sin propósito, repetitiva.

Por qué la práctica repetitiva no te llevará al Nobel

Igual te suena aquello de las 10000 horas, aunque solo sea por lo pesada que he sido con el tema en mi blog. Lo popularizó Malcolm Gladwell en su libro Outliers, y básicamente se refiere a la cantidad aproximada de tiempo que se requiere de práctica para alcanzar la competencia en una disciplina. Vamos, que si quieres ser un gran escritor, vas a tener que escribir 10000 horas.

En teoría todo eso está muy bien, pero no es exactamente cierto. Lo de las

10000 horas proviene, en su origen, de un estudio capitaneado por Anders Ericsson y se refiere a un grupo de estudiantes de violín en una academia de prestigio en Alemania. Ericsson analizó una selección de alumnos con distintos grados de competencia y descubrió que los mejores violinistas, los que se presuponía con más «talento» (¡los genios!) eran, más bien, los que más horas habían dedicado al violín desde niños (algunos desde los tres años).

Hay que tener en cuenta aquí varios factores interesantes:

La plasticidad del cerebro infantil, que permite un aprendizaje acelerado.

Las 10000 horas eran una media practicada desde su infancia por estos alumnos supuestamente «geniales». Los alumnos estudiados tenían entre 17 y 25 años. Es decir, todavía les faltaban bastantes horas para alcanzar su cúspide profesional. Esto implicaría que si bien 10000 horas pueden ser suficientes para alcanzar una buena competencia, la grandeza en una profesión o campo llegaría con bastantes más.

El tipo de práctica realizada.

De estos tres factores, lo último es fundamental. 10000 horas de rasgar un violín no te proporciona gran cosa. Estos alumnos seguían métodos de entrenamiento sofisticados, por los que su práctica no era meramente repetitiva, sino deliberada, intencionada.

¡Ojito! Una nota sobre el talento

Nótense mis comillas cuando hago alguna referencia a habilidades innatas, talento y cosas así: el estudio no encontró que el talento tuviera relevancia alguna en los resultados de los alumnos. Los mejores eran los que dedicaban más horas de práctica deliberada y punto.

Esto es clave: no hubo NADA que hiciera pensar que un supuesto talento o lo innato tuviera algo que ver con los resultados de los alumnos. De hecho, uno de los pasatiempos favoritos de Ericsson es desmontar todos los casos de supuesto talento que se encuentra, desde jugadores de hockey a grandes maestros del ajedrez. Del mismo modo, tampoco encontró correlación en sus estudios de estos casos con una mayor inteligencia (o, por lo menos, con la medición de inteligencia que nos proporcionan las pruebas de CI). Esta solo otorga una ventaja inicial… luego todo es práctica.

Conclusión: dejemos de utilizar la falta de talento, de inteligencia o de habilidades innatas como excusa.

Y regresamos a lo de antes

¿Qué es eso de la práctica deliberada y cómo podemos aplicarlo al campo de la escritura?

Ay, aquí es donde yo me pongo muy ambiciosa. Porque no solo cuento qué compone una práctica deliberada (algo que está ya bastante estudiadito en otros campos), sino que meto los pies en las aguas turbulentas de qué creo yo que podría implicar una práctica deliberada para escritores.

Y voy avisando ya de que no es para débiles.

Tipos de práctica

Para mis propósitos en este artículo, diferenciaremos entre tres tipos de práctica:

Práctica repetitiva: Aquella que se limita a ejercitar la habilidad una y otra vez, sin sistema ni intención concreta. Ejemplo: escribir un texto cualquiera, porque apetece, sin saber dónde se encamina, sin trabajo de preparación ni reescritura posterior. Puede ser una buena práctica al empezar, ya que ayuda a eliminar bloqueos, ayuda a implementar un hábito y nos quita el miedo a trabajar, pero no nos va a hacer mejorar en nuestra competencia.

Práctica deliberada: Es una práctica sistemática, intencionada, difícil, orientada a un progreso constante. Tiene representaciones mentales claras y sistemas de medición objetivos. Es la que se produce en entornos como la música profesional o el deporte reglamentado. En el campo de la escritura no podemos realizar, realmente, este tipo de práctica objetiva, pero sí que podemos aplicar una práctica con propósito, tomando y adaptando lo más útil de la práctica deliberada, como vemos en el siguiente punto:

Práctica con propósito: Es una práctica que incluye todos los componentes de la práctica deliberada, pero que, por las características del sector en que trabajamos, no dispone de representaciones mentales claras (esto lo explicaremos más adelante, que no punda el cánico), ni formas objetivas de medición de calidad, ni competencia directa. La escritura es un buen ejemplo de sector donde se produce este tipo de práctica, ya que no hay modelos «oficiales» de calidad

objetiva, ni maneras universales de valorar los resultados de la práctica, ni formas de entrenamiento con reconocimiento general.

¿Entendido? Espero que sí, porque nos vamos a meter de cabeza en la piscina.

La práctica deliberada o intencionada: cómo funciona

Según el análisis realizado por el propio Ericsson en su libro Peak (que no os engañe esa portada con pinta de autoayuda barata: es un libro de divulgación con base científica), apoyado por otros análisis que he leído de científicos, divulgadores y ensayistas como Angela Duckworth (Grit), Robert Greene (Maestría) o Charles Duhigg (El poder de los hábitos), creo que podemos resumir una práctica deliberada en los siguientes factores:

Enfoque: Una práctica deliberada exige concentración absoluta. Nada de notificaciones de móvil, de vídeos de gatitos ni de ocho pestañas abiertas en el navegador.

Objetivos: Al tratarse de un sistema consciente e intencionado, debemos definir, precisamente, esas intenciones. ¿Cuál es nuestro objetivo a largo plazo? ¿Y a corto? ¿Qué pretendemos conseguir en la sesión de hoy? ¿Y el año que viene?

Planificación: Todo esto exige de una planificación. Deberás estudiar qué métodos de aprendizaje usarás y cómo los implementarás en tu trabajo diario. También será necesario encontrar ejercicios específicos para solucionar debilidades y errores.

Salir de la zona de confort: El progreso más rápido se produce cuando hacemos cosas que nos resultan difíciles. Por duro que suene, tu objetivo deberá ser hacer algo que te resulte complicado en cada sesión. Hablamos de un trabajo intenso que exige de un esfuerzo enfocado.

Estar solo: Si bien la práctica con otros es necesaria (para motivarse, para recibir valoraciones, para aprender de un maestro, para recibir ideas inspiradoras…), el progreso más rápido se realiza en una sesión concentrada y solitaria. Únete a otros en otros tipos de práctica: la deliberada debes realizarla a solas.

Priorizar la habilidad práctica (skill) sobre el conocimiento (knowledge): Ericsson diferencia entre estos dos aspectos, partiendo del estudio ya mencionado

de los violinistas. El progreso de los que se centraban en una práctica solitaria directa con su instrumento superaba con creces al de los que dividían su tiempo entre práctica solitaria, práctica en grupo, actuaciones en público y estudio teórico (memorización). Incluso cuando recibían clases tutorizadas, estas eran personalizadas y servían para fijar la comprensión teórica y recibir ejercicios prácticos que luego se llevarían a cabo en solitario.

Representaciones mentales: Para Ericsson, esto es lo que diferencia a los grandes de los mediocres. Los buenos profesionales tienen representaciones mentales: visualizaciones complejas de cómo es lo que quieren conseguir. Por ejemplo, un músico lee primero en su mente una partitura, antes de interpretarla; decide cuál sería la interpretación ideal y cómo sería. Esa música que oye en su cabeza es su representación mental.

Retroalimentación: De nada sirve crear en el vacío si quieres mejorar. Necesitas valoraciones para identificar tus fallos y flaquezas, que son los puntos que deberás atacar con mayor energía. Necesitas un profesor, un mentor, un crítico. En el siguiente apartado analizaremos distintos modos de conseguir ese feedback en la escritura.

Hábito: La práctica consciente es constante. Es un hábito periódico (generalmente diario) para los practicantes. Sobre cómo implementar hábitos (sobre todo el de la escritura) hablo en el artículo ¿Es necesario escribir todos los días?, también incluido en este libro.

Teniendo esto en cuenta, y citando al autor y divulgador James Clear, el proceso sería el siguiente:

Deliberate practice always follows the same pattern: break the overall process down into parts, identify your weaknesses, test new strategies for each section, and then integrate your learning into the overall process.

Ahí lo tienes:

Divide el proceso completo en partes.

Identifica tus debilidades y fallos.

Prueba nuevas estrategias para cada parte o sección.

Integra tu aprendizaje en el proceso completo.

Todo esto suena muy abstracto, ¿verdad? Para algunas áreas es sencillo identificar los modos exactos de llevar a cabo estos cuatro puntos, pero para los que escribimos la cosa es bastante complicada.

¿Lo intentamos?

(Deséame suerte, ay).

¿Cómo debemos practicar los escritores?

Según las teorías de Ericsson y coleguitas, los escritores no podríamos realizar una práctica deliberada en el sentido estricto, pero sí que podemos tomar la práctica con propósito y ajustarla lo más posible. La propia subjetividad de lo artístico nos impide tener baremos y criterios claros, pero eso es parte de lo bonito de escribir, supongo: que los gustos son como los culos, todo el mundo tiene uno y muy poca gente sabe usarlo en condiciones. Igual que yo con los símiles.

Vamos a intentar adaptar las propuestas de Clear y de Ericsson a nuestras necesidades. Ante todo, un recordatorio fundamental: insisto en que una práctica deliberada no es sentarse a escribir lo que salga, ni publicar en redes sociales ni contestar a emails de tus lectores. Todas estas acciones son válidas (y necesarias, generalmente), pero pertenecen a otro ámbito de práctica.

Cuando hablamos de práctica deliberada, hablamos de una sesión intensa de mejora y enfoque, creada con el propósito claro de avanzar en tu competencia.

Aunque el marketing, la edición y todo eso es muy importante para nosotros como autores, la escritura en sí sigue siendo la parte central de nuestro campo, por lo que una sesión de práctica deliberada debería, en principio, dedicarse a ella (aunque el sistema de este tipo de práctica es útil para cualquier otra actividad en la que quieras mejorar, claro).

Por esto mismo, propongo tres tipos de práctica que podemos llevar a cabo los escritores:

Una práctica con propósito, muy cercana a la práctica deliberada.

Una práctica creativa.

Una práctica funcional.

La práctica con propósito ya la hemos explicado y ahora nos adentraremos más en ella.

La práctica creativa sería aquella libre, buscando un flow agradable, en la que escribimos disfrutando, por el mero gusto de hacerlo.

La práctica funcional sería aquella en la que llevamos a cabo tareas de bajo esfuerzo, pero necesarias (tareas administrativas, sociales, etc.).

Hay puntos en los que estas tres prácticas confluyen (algunas prácticas complejas pueden tener estados de flow, y algunas prácticas funcionales pueden entrar en el terreno de la práctica deliberada), pero por ahora vamos a separarlas en nuestras mentes. Una vez pruebes la práctica con propósito, podrás ver con claridad la diferencia entre estos tipos de ejercicio.

¿Cómo me reparto entre estas prácticas?

Por su nivel de intensidad, la práctica con propósito no debería superar el par de horas diarias (o hasta el momento en que sientas que pierdes enfoque por cansancio).

La práctica creativa, aunque menos efectiva para el aprendizaje en principio, es necesaria para reencontrarnos con el amor por la escritura y para acceder a nuestro subconsciente y memoria, y recuperar buenas ideas. La práctica creativa no es solo escribir: también puede ser consumir otras formas narrativas, leer, jugar al rol, visitar un museo, etc. Sirve para llenar el pozo de la inspiración y podemos dedicarle el tiempo que deseemos.

La práctica funcional, a mi juicio, debería reducirse en lo posible. Es muy fácil caer en la trampa de hacer mil tareas menores a lo largo del día para evitar realizar una práctica deliberada, que es mucho más difícil. Estas tareas deberían organizarse siguiendo la famosa ley del 80/20. Recuerda que un 20% de tus tareas suelen proporcionar el 80% de tus resultados: no pierdas el tiempo con aquellas que ofrecen un retorno mínimo.

Un ejemplo de práctica intencionada para escritores

Siguiendo el sistema que recomienda Clear y teniendo en cuenta todas las indicaciones que hemos examinado sobre qué significa la práctica deliberada, probemos con un ejemplo práctico de escritura con propósito para escritores.

Antes y durante tu práctica deberás:

Enfocar. Apaga el teléfono y lárgate a trabajar a un sitio donde nadie te vaya a molestar (o ponte unos cascos).

Marcar y revisar objetivos. ¿Has definido los tuyos? Deberías tener uno también para cada sesión.

Planificar. Ordena y organiza lo que harás en cada sesión de práctica.

Salir de lo cómodo. Si lo que estás haciendo te resulta sencillo o si ya lo has hecho muchas veces antes de la misma manera, cámbialo. Esta práctica debe hacer que tu cerebro duela un poquito.

Estar a solas. Escribir es una tarea exigente y solitaria, y es muy importante que tengas el apoyo de otras personas: grupos de autores que puedas formar en talleres, congresos, ferias o incluso Facebook son utilísimos para solventar dudas y recibir ánimos. Pero tu práctica deliberada debe estar solo entre tú y el papel o la pantalla.

Priorizar la habilidad práctica (skill) sobre el conocimiento (knowledge). Esto no quiere decir que no aprendas la teoría. Lee todo lo que puedas sobre el arte de escribir, pero no te quedes ahí. Intenta encontrar una aplicación a todo lo que aprendas de interés. Si estudias sobre creación de mundos, aplícalo a tu propio mundo de ficción. Si estudias recursos estilísticos, investiga dónde puedes insertarlos en tu trabajo artístico.

Crear representaciones mentales: Antes de comenzar (y mientras escribes), visualiza en tu cabeza lo que quieres conseguir. Imagínate un texto perfecto, maravilloso. Si no puedes imaginarlo, lee un texto maestro, de un escritor que universalmente se considere de calidad intachable. No basta en este momento con leer un texto de cualquier autor al que admires, porque es posible que estés en un punto en que todavía no veas sus fallos. Busca grandeza para reproducir grandeza. Cuantos más grandes autores leas, más fácil te resultará crear representaciones mentales efectivas.

Retroalimentación: Después de la sesión, necesitas saber en qué debes mejorar, en qué estás fallando y cómo solucionarlo. Ahora explicaré algunos modos de conseguirlo.

Hábito: Practica con intención siempre a la misma hora del día, con una

periodicidad alta (si puede ser diaria, ya sería la leche). Esta sesión debe ser prioritaria y valiosa para ti, tanto que al terminarla sientas que ya has hecho lo más importante de tu día.

¿Listo? ¡Vamos a crear tu sistema de práctica!

1. Divide tu proceso en partes

¿Cuáles son las partes de la escritura? Puedes seccionar esto como quieras, pero propongo las siguientes, ordenadas de menor a mayor, si pensamos de forma estructural:

Ortografía

Gramática y sintaxis

Estilo y musicalidad

Descripciones

Diálogos

Personajes

Worldbuilding (creación de mundos y escenarios)

Escenas

Capítulos

Arcos argumentales

Tramas y subtramas: patrones narrativos

Corrección y edición

Si lo deseas, puedes seguir añadiendo otros aspectos como diseño, marketing y creación de marca personal, pero prefiero centrarme, como ya he dicho, en la escritura por ahora. Repito que con este proceso de práctica deliberada, intencionada, puedes mejorar en cualquier habilidad, asociada o no a la escritura.

Realizando una práctica deliberada, tomarás sección por sección y

trabajarás en ella, avanzando poco a poco.

2. Identifica tus debilidades

Hay muchísimas formas de ayudarte a identificar fallos y problemas. La escritura es subjetiva, sí, pero si recibes siempre las mismas críticas, tal vez es hora de mirarlas bien. Aquí surgen dos dificultades de lo más difíciles y dificultosas: el propio ego y encontrar buenos críticos/mentores.

No desesperes: esto es algo que mejorará conforme ganes en experiencia y contacto con otros escritores.

Ahí van algunas ideas para conseguir recibir el feedback que necesitas. Y sí, necesitas valoración ajena para avanzar. Escribir en el vacío solo servirá para perpetuar tus fallos. Lo digo en serio: he visto autores con diez libros en Amazon que al décimo libro siguen cometiendo los mismos errores.

Cómo conseguir valoraciones:

Informes profesionales de lectura

Lecturas cero

Análisis de estilo/corrección de estilo

Intercambio de lecturas y comentarios en grupos de escritores

Reseñas

Talleres

Asesorías/consultorías

Cursos personalizados

Blogs, u otras publicaciones en internet, que permitan comentarios (preferiblemente moderados: quieres críticos, no troles).

Considera también quién te está realizando la valoración (¿sabe de lo que habla?), qué utilidad tiene para ti y su nivel de objetividad.

Es importante recordar que aquí el público objetivo juega un papel crucial. Si escribes fantasía ligera romántica para un público adolescente, la crítica de un lector avanzado de grimdark a tu sistema mágico no debe importante tanto como un comentario de algún lector joven acerca del ritmo o de la historia de amor. Asimila las críticas en la medida en que afectan al género y público para el que escribes.

Dudo que George R. R. Martin escuche críticas que digan que «salen demasiados dragones», o que a Mariana Enríquez le afecten mucho comentarios como «¿realmente es necesaria tanta masturbación femenina?». Pero qué sabré yo.

3. Prueba nuevas estrategias

Una vez hayas identificado alguna debilidad, busca o diseña ejercicios específicos para eliminarla.

Por ejemplo, si tienes problemas de ortografía, hay montones de libros de ejercicios y de páginas en internet con actividades. Si no sabes identificar errores comunes de estilo, hay libros ahí fuera que te enseñarán la teoría necesaria (por ejemplo, mi libro de corrección, 70 trucos para sacarle brillo a tu novela), pero lo importante es que lo apliques a tus propios textos.

Voy a hacer hincapié en el hecho de que estos ejercicios deben ser prácticos. No vale solo leer sobre reglas de ortografía, asentir con la cabeza y devolver el libro a la estantería. Si no encuentras un ejercicio concreto, inventa uno. Por ejemplo, si no puntúas bien los diálogos, escribe un diálogo de dos mil palabras, asegurándote de colocar bien en todo momento las rayas, puntos, comas, mayúsculas y demás.

Realizados estos ejercicios, acuérdate de anotarlo. Deberás volver a ellos (o encontrar otros mejores) si sigues cometiendo el mismo fallo.

4. Integra lo aprendido en el proceso general

Ya sé que todo esto es mucho y que exige mucha preparación para tus sesiones de práctica. Pero tengo la seguridad de que poco a poco se convertirá en costumbre, conforme vayas pillando lo que mejor te funciona a ti. Prueba diferentes enfoques hasta dar con el mejor método.

Recuerda que con este tipo de práctica no buscamos pasarlo bien ni echar unas horas porque sí. Debe dar como resultado una mejoría evidente. Si en algún

momento ves que tu aprendizaje se ha estancado, deberás buscar diferentes modos de feedback, distintos ejercicios, etc. Esta situación de búsqueda constante de superar tus límites es lo que te llevará a un progreso rápido.

Mide tu progreso, porque si no, no sabrás si sigues avanzando o si te has estancado. Y aplica todo lo aprendido en cada una de esas secciones a tu trabajo general. Notarás, además, que en tu cerebro comienzan a crearse más conexiones inesperadas. Obligarlo a trabajar de ese modo es duro, pero lo activas de una manera tremendamente creativa.

Algunos aspectos problemáticos de la práctica deliberada para escritores

En mi intento de adaptar todas estas teorías sobre la adquisición de competencias al mundo de la escritura, he encontrado algunos dilemas. Por su cualidad subjetiva, es muy complicado ajustarnos a la perfección a sistemas rígidos, como ocurre en otros campos de aprendizaje como el piano, la natación o el ajedrez.

De entrada, se nos presenta el problema de que esta práctica intencionada puede restarle el elemento pasional y de diversión a la escritura. Pero, tras estudiar mejor estas perspectivas, me he dado cuenta de que no tiene por qué ser así, por dos razones:

Como ya digo, puede separarse la práctica deliberada de la práctica creativa. Puedes dedicar una dura hora de trabajo a una reescritura, analizando cada frase para mejorar tu estilo; o puedes escribir 10000 palabras de descripciones, probando estilos de diferentes autores, para mejorar tus descripciones; o puedes escribir un cuento en un género que no domines en absoluto. Y luego puedes dedicar otra hora a escribir lo que te salga del higo.

(En el artículo original del blog aquí salía una foto de un higo abierto, rojo y jugoso. ¡En este libro me temo que tendrás que usar tu imaginación!).

Todo depende del momento en que te encuentres respecto a tu habilidad. Al principio, es crucial que la habilidad se vea como diversión o juego. Muchos de los que empezamos a escribir de niños lo hacíamos porque disfrutábamos, porque nos divertía. Una vez adquiridas ciertas competencias mediante ese juego, debemos comenzar a ponernos retos si no queremos estancarnos. Si alguien quiere escribir por puro gusto y diversión, perfecto; pero si alguien pretende progresar más allá del estancamiento, serán necesarios otros métodos.

Mi experiencia personal es que trabajando con horas de práctica con propósito, aunque bastante más duras que sesiones normalitas de escritura, mi sensación de satisfacción es impresionante. Y sí, también hay puntos de flow y puntos de diversión, no todo es sufrimiento. Empujarse a sí mismo para aprender es frustrante, porque hay que superar cierta resistencia, pero también produce cierta euforia: nos volvemos adictos a superar retos. Puede que sea cierta aquella expresión de «odio escribir, pero me encanta haber escrito».

Existe también otro factor a tener en cuenta: el tiempo. Si te dedicas a la escritura de manera más o menos profesional, si tienes fechas de entrega, tendrás que encontrar maneras de retarte en los mismos textos en los que estás trabajando. No podrás permitirte hacer ejercicios por un lado y escribir tus «cosas definitivas» por otro. En este sentido, toca ponerse ingenioso y unificar tus prácticas creativas y deliberadas en una sola actividad.

En el fondo, piensa que esto es como cualquier otro trabajo: habrá tareas que te gusten más y otras que te gusten menos, pero todas son necesarias para tu oficio.

Hay otra cuestión que me tuvo dudando unos días:

¿De dónde sacamos buenas representaciones mentales?

Si no sabes ni por dónde empezar a formarte, si no puedes permitirte un curso o asesor, si no conoces a nadie que pueda ayudarte, ¿cómo puedes crear representaciones mentales efectivas?

La solución que ofrece Ericsson (y mil personas más) está en la imitación. Como he dicho más arriba: lee, mucho, a grandes escritores, y anota cómo realizan sus diálogos, descripciones, personajes, estructuras… Lee con un lápiz en la mano y luego prueba a hacer lo mismo que hacen ellos en tus textos. Si lees y estudias lo suficiente, tendrás modelos muy claros para tu propia creación.

Hablo de imitación de recursos, no de plagio, claro. Los resultados del plagio son bastante menos efectivos. Y si te pillan, son de lo más desagradables.

El problema de la brújula

Como nota aparte, me gustaría añadir que todo esto me ha llevado a una conclusión algo polémica: escribir con brújula podría ser mucho menos efectivo para aprender y progresar que escribir con mapa.

Una brújula pura (con esto me refiero a escritores que no realizan ningún tipo de planificación al escribir, ni siquiera en sus mentes) no permitiría construir las representaciones mentales de las que hablan Ericsson y compañía. No puedes visualizar un gran texto, una gran estructura, si no sabes qué va a pasar. Esta es una idea interesante que seguiré investigando.

Como tengo la suerte de conocer a escritores tanto de mapa como de brújula (y todo lo intermedio), he de decir que sí tengo la impresión de que la evolución de los primeros es más rápida que la de los segundos. Escribir en modo brújula puede ser muy útil para sesiones puntuales de escritura, pero le veo menos posibilidades en trayectos más largos, como la novela. Creo que podría llevar al estancamiento ya mencionado (por no hablar de los problemas estructurales que observo constantemente en obras de clientes de tipo brújula, por falta de planificación).

Imagino que habrá excepciones y tampoco puedo extraer conclusiones definitivas de un número de casos que, al fin y al cabo, es anecdótico. Y generalizar es peligroso. Pero da que pensar.

Conclusión (o la parte en la que, por fin, Gabriella descansa sus deditos)

Soy consciente de que con este artículo, por largo que sea, no hago más que rascar en la superficie de las implicaciones que tiene la práctica deliberada para la escritura. Si asistes a buenos cursos y talleres, y tienes buenos profesores y mentores, estarás llevándola ya a cabo sin tener que haber leído un texto casi infinito de una bloguera aficionada a los dragones, los unicornios y las cabras.

Pero creo que todos deberíamos responsabilizarnos un poco más del desarrollo de nuestra habilidad.

Uno no «aprende a escribir» y ya está, ya sabe escribir para el resto de sus días. Todos sabemos que este es un proceso constante de mejora. Por desgracia, si la práctica no está enfocada a eso, podemos incluso empeorar. Una práctica repetitiva, sin valoraciones de utilidad, puede implementar errores de base, problemas de difícil solución, por no hablar de que hacer las cosas sin meta aparente ni intención de mejora puede llevar a una falta absoluta de motivación.

Supongo que al final regresamos a la pregunta de siempre. ¿Escribo por gusto, sin ambiciones, o escribo para mejorar?

Me encanta que la gente escriba por gusto.

Pero me gusta muchísimo más cuando escriben para mejorar.

La disonancia cognitiva llega con aquellos que aseguran que pertenecen al segundo grupo, cuando su comportamiento es del primero.

Di que eres escritor si quieres. La identidad es una parte crucial de todo este proceso: cuanto mayor sea tu sensación de identidad, más posibilidades hay de que te tomes la escritura con cierta disciplina.

Pero ¿hacer diez mil horas de escritura repetitiva, sin medir ni analizar ni buscar progreso? Eso no es ser escritor, creo. Eso es repetir una y otra vez el mismo proceso, esperando soluciones diferentes. ¿No era esa la definición de locura?

Más que nada, es perder el tiempo. Piensa en lo que podrías estar haciendo en vez de escribir: criar pingüinos, ver The Good Place, descubrir una cura universal contra el cáncer.

Ahora que lo pienso, a lo mejor no deberíamos estar escribiendo ninguno.

Pero si lo vas a hacer, si vas a ser tan egoísta como para tomarte la escritura en serio en vez de salvar al mundo del cáncer, ¿cuál es tu plan?

Porque tienes un plan, ¿no?

Dibuja un mapa para el escritor que quieres ser

¿Tú también te encoges un poco cuando lees artículos o libros que prometen un plan infalible para alcanzar el éxito?

Sabemos que lo que funciona para uno no funciona para todos.

Que aquellos que escriben planes infalibles para alcanzar el éxito están haciendo dinero vendiendo planes infalibles para alcanzar el éxito, que ese es su plan infalible para alcanzar el éxito.

Que no podemos fiarnos de todo lo que reluce, que casi todo lo que parece demasiado bueno para ser verdad es mentira.

Resuenan en tu cabeza las palabras de otros que te dicen qué tienes que hacer. Y te repantigas en el sofá a ver los resultados de esos otros, ver si esas palabras tienen sentido. Algunas las tienen, pero muchas son espejismo, humo y, con frecuencia, ignorancia.

Mi cabeza es un torbellino constante de duda y confusión. ¿Tu cabecica también?

No tengo la respuesta a nada, ni un proceso infalible para alcanzar el éxito, pero tal vez sí pueda ofrecer un pequeño mapa que suele conducir, si no al éxito (o lo que sea que signifique eso) a la consecución de los objetivos más comunes del escritor.

La pareja que siempre quisiste tener

Hace tiempo tuve una amiga que siempre se quejaba de que todos los hombres con los que se liaba le salían rana. Ella quería conseguir a un tipo apuesto, guapetón y fornido, alguien de quien pudiera presumir por la calle. Cuando lo conseguía, ese tipo resultaba ser un elemento de cuidado.

También tuve un amigo que decía que quería una mujer con sus mismos gustos, con quien poder tener una relación divertida, interesante y equilibrada. Pero luego siempre acababa con chicas cargadas de problemas, intolerantes y egoístas, con quienes no tenía nada de lo que hablar. Eran guapas, eso sí.

Estos dos ejemplos no son para ilustrar que el mundo está lleno de gente superficial y vanidosa. No tiene nada de malo buscar a una persona muy atractiva, si eso es lo que quieres, si esa es tu prioridad.

Tampoco tiene nada de malo buscar un éxito comercial, económico, si eso es lo que quieres y si esa es tu prioridad. Bueno, tal vez sí tenga algo de malo. Podríamos hablar largo y tendido de cómo afecta a la producción en cadena de ruido cultural, pero mejor eso lo dejamos para otro día.

El problema aparece cuando tu propia identidad no se corresponde con aquello que buscas. Y esto ocurre tanto en el amor como en la escritura.

Hay una historia que me encanta, de Darren Hardy, que escribió a lo largo de los años una lista de los atributos de su mujer ideal. Hardy apuntó hasta el color del cabello de esa mujer. Era una lista muy larga, muy muy exigente. Y entonces Hardy vio la lista y se dio cuenta de algo esencial: ¿por qué iba una mujer así a fijarse en un hombre como él?

Decidió hacer una lista de todo lo que él mismo tendría que ser para gustarle a esa chica etérea. Luego apuntó lo que tendría que hacer para convertirse en esa persona. Puso en ello todo su empeño. Y conoció a una mujer exactamente como la de aquella lista y se enamoraron y se casaron y chimpún.

Esta no es una historia sobre lo feo que está querer una persona perfecta, ni es una metáfora sobre lo ridículo que es quererlo todo: escribir libros de alta calidad y superventas. Es una historia sobre coherencia.

Mi amiga quería a los chicos más guapos sin preocuparse ella misma por su aspecto, y esperaba bondad y sensibilidad en personas a las que seleccionaba solo por criterios físicos. Mi amigo decía querer chicas inteligentes, sin preocuparse por refinar él mismo sus capacidades intelectuales y moverse en círculos que le proporcionaran a ese tipo de persona: al final se dejaba guiar por criterios facilones e impulsivos, con resultados lógicos.

Si quiero libros de alta calidad y superventas, si lo quiero todo, tengo que convertirme en el tipo de personas que produce libros de alta calidad y superventas. Tengo que convertirme en ese unicornio imposible.

(Por cierto, cuidado si esto de convertirte en unicornio te lo propone una pareja: es posible que no estén hablando de tus libros).

El unicornio no es imposible, solo improbable. A fin de cuentas, solo hay que mirar de soslayo (y algún vinico encima) a algún rinoceronte especialmente atractivo. Pero ese caballito de melena grácil y colorida te va a exigir algunos cambios.

¿Qué cambios necesito, necesitamos?

Ahí van mis propuestas.

1. Asumir que esfuerzo no es equivalente a dinero

Puedes esforzarte todo lo que quieras: no recibirás una remuneración acorde a dicho esfuerzo. Si este no se encamina hacia una dirección que plazca al mercado, estás perdiendo tu tiempo, por lo menos a nivel económico.

Imagínate que, una vez más, acabas de lamentarte en alguna red social por lo poco que has ganado escribiendo tu último libro. Analicemos este hecho:

Quieres recibir dinero por tus libros.

Esta es una transacción comercial: tú vendes un libro y alguien te lo compra. No es una transacción de servicios ni estás ofreciendo un valor esencial a tu comunidad (es decir, algo que adquieren para cubrir sus necesidades básicas de alimentación, seguridad y, por supuesto, wifi).

Esto implica que aceptas la naturaleza mercantil del hecho. Aceptas también la naturaleza secundaria de tu producto (no es comida, bebida ni wifi).

Implica que aceptas que, como producto de ocio, debe competir con otros productos de ocio de consumo más atractivo (por ejemplo: Netflix, Fortnite o Instagram).

Te enfadas porque tu libro no es lo bastante sexi para suficientes lectores como para conseguir unas compras que hagan rentable tu trabajo.

Te enfadas porque tu libro no responde a los gustos del propio mercado. Ofreces una manzana podrida o azul o cuadrada al consumidor habitual de manzanas, ¡y te enfadas porque no te la compran!

Veo este proceso ilógico a diario, una y otra vez: autores que se enfadan con el mundo y no mueven un solo dedo por cambiarlo. Tu público no va a comprar

manzanas azules solo porque tú se lo digas.

Por supuesto que la industria tradicional es una máquina que engulle autores y los escupe hechos pedacitos. Pero nadie te pone una pistola en la sien para que a) escribas y b) escribas para una editorial tradicional.

El mercado está cambiando, por suerte. Dicen por ahí que, históricamente hablando, es el mejor momento para ser escritor. No sé si es el mejor, pero desde luego es el más interesante.

Algunas cosas básicas, no obstante, no cambian. El mercado sigue respondiendo a la necesidad y a la conformación de sus usuarios.

La dura realidad de lo que vendemos

¿Por qué vendo más 70 trucos para sacarle brillo a tu novela que Lectores aéreos? Porque hay más escritores que odian corregir que personas a las que les atraen los cuentos de fantasía oscura.

Yo puedo lloriquear todo lo que quiera al respecto, pero este es un hecho sobre el que tengo escaso control. Puedo modificar algunos aspectos de mi comportamiento y marca. Puedo crear una plataforma y una imagen enfocada exclusivamente al nicho de fantasía oscura. Y pedir a algún científico loco que me clone, para así poder con todo. Pero aun así, el mercado seguirá dando prioridad a lo que necesita sobre aquello que lo entretiene o que satisface algún requisito estético.

Tal vez ese sea nuestro problema: queremos controlar algo que no depende de nosotros. Escribimos lo que queremos y esperamos que mágicamente aparezcan lectores cargados de billetes para complacernos.

No abogo por vendernos, por dejar de trabajar en aquello que es hermoso e importante para nosotros, solo por hacer dinero.

Pero sí abogo por ser prácticos y asumir que un libro de cuentos de fantasía oscura venderá menos que una novela de romántica o histórica… o que un libro destinado a resolver un problema común. Podemos emitir juicios de valor al respecto (¡o incluso morales!), pero eso no cambiará nada.

Te pido que te hagas las siguientes preguntas:

¿Quieres conseguir ventas o escribes por el mero placer de hacerlo?

Si quieres vender, ¿escribes para un género o sector con demanda? ¿Escribes de un modo que es atractivo para una mayoría de lectores?

Si la respuesta a lo segundo es no: da igual, eso es válido. Pero deberás aceptar que no obtendrás el tipo de éxito que obtendrá otro tipo de escritor, si tu medida del éxito está en el terreno del dinero o de la fama.

2. Encontrar tu público

Puedes compartir tu libro de poesía todas las veces que quieras en un grupo gigante de lectura en Facebook: si está repleto de lectores de suspense que se dedican sobre todo a compartir enlaces a páginas pirata, no vas a conseguir gran cosa.

¿Dónde están tus lectores? ¿Quiénes son, qué edades tienen? Esto es difícil, lo sé, pero pongamos un ejemplo más o menos sencillo: la fantasía juvenil. Busca a otros autores de éxito en fantasía juvenil y mira su estela: analiza en qué redes están y quiénes los siguen; lee sus blogs, investiga en qué editoriales publican. Puedes hasta examinar qué pasos han dado para llegar hasta dónde están. ¿Son pasos que te ves dando? ¿Qué tienes que cambiar de tu proceso para darlos?

Si escribes en distintos géneros y para públicos híbridos (como es mi caso), todo es más complicado. Un día estás hablando de niños y dragones en un colegio, rodeado de chavalillos ruidosos de once años; al día siguiente estás hablando de la relación entre el sexo y la violencia en una mesa redonda sobre relatos weird. Es, cuanto menos, confuso.

Ese es el sacrificio de quienes amamos experimentar con diferentes estilos literarios: la confusión. Ay, la confusión. Centrarse es mucho más productivo. Especializarse es necesario.

Si no quieres especializarte, si no quieres limitarte a un solo público y un solo género o sector, elige por lo menos uno de ellos al que dedicar tu atención prioritaria. Yo elegí mi blog, porque me permite tratar temas que responden a mi propia lucha como escritora. Son apasionantes para mí. Elige siempre aquello que te apasiona, porque de lo contrario lo abandonarás en cuanto todo se ponga difícil. Y se pondrá difícil. No sabes cuánto.

No cometas el error de pensar que por abarcar más campos tendrás más

posibilidades. Ocurre lo contrario. Si escribes romántica y quieres empezar un blog como parte de tu estrategia de contenidos, no lo hagas sobre tu vida, ni sobre la vida de tu vecina ni sobre los milagros de la astronomía. A no ser, claro, que tu vida o la de tu vecina parezca el argumento de una novela romántica de éxito o si tu romántica se desarrolla en escenarios ci-fi. Tiene que estar vinculado a la romántica y pensado para interesar a lectores de romántica.

Toca de nuevo hacerse esas preguntas tan duras:

¿Para quién estás escribiendo?

¿Estás llegando a esas personas?

¿Qué maneras tienes de crear contenidos que interesen a esos lectores potenciales, para llamar su atención?

3. Elegir el camino

Hemos comenzado a dibujar nuestro mapa, pero nos encontramos con una encrucijada determinante. Podemos elegir uno de dos senderos. Sabemos que hay meandros y senderillos intermedios, pero iremos pisando hierba y bregando con árboles, y los resultados, indecisos, no serán muy llamativos.

Estas son nuestras dos opciones:

El camino del escritor introvertido

El camino del escritor extrovertido

Debe de ser una decisión trampa, ¿verdad? ¡Todos sabemos que el 90% de los escritores son introvertidos! ¡No podemos cambiar nuestra naturaleza!

Pero la decisión, en realidad, es otra. ¿Prefieres dedicarte por completo a tu trabajo de escritura o consideras que necesitas tener un reconocimiento público, una presencia, para que otros lean tus libros?

Cada vez es más frecuente leer aquello de que el escritor 2.0 tiene que estar presente en todas partes, darse a conocer, hacer marketing. Y esto es cierto casi siempre, sobre todo si eliges el camino de la autopublicación.

Pero eso no quita que exista un tipo de autor que cree solo en su obra y se

dedica solo a ella. Este autor elige el camino tradicional de mandar manuscritos a editoriales y rezar por conseguir una oferta. Este autor deberá asumir que sus ventas y lecturas dependerán del poder promocional y distribuidor de su editor.

Estos autores existen. Muy pocos viven de sus libros, ya que un éxito puntual no garantiza otro, los anticipos son cada vez más bajos y los porcentajes de regalías dan mucha risa. Pero muchos están satisfechos con esto (y alguno da en el clavo, produce una obra que encaja en su mercado, vende a mansalva, y todo son risas y parabienes). Muchos son autores excelentes, ya que dedican su tiempo a mejorar sus habilidades en vez de a compartir spam por Twitter.

El autor extrovertido no tiene esas limitaciones de mercado, ya que puede controlar su propia plataforma y enfocar sus obras a sectores con demanda. Por desgracia, la cantidad de tiempo que debe dedicar a esto limita el tiempo dedicado a mejorar su arte, con los resultados nefastos que todos hemos visto ya en Amazon y similares.

Puedes combinar publicación tradicional con autopublicación. Pero debes decidir si vas a crear una estrategia de promoción personal o no, porque simplemente hacer un par de presentaciones de libros y tener una cuenta en Instagram con cien seguidores no va a serte de ninguna ayuda.

Es decir: acabarás tomando alguno de esos dos caminos. Ninguno es perfecto, pero creo que es conveniente tomar esa decisión lo antes posible.

La pregunta, aquí, es cuál de esos caminos encaja contigo. O, mejor aún, ¿qué cambiarás de ti mismo para encajar en uno de ellos?

La comodidad de ser nosotros mismos

Creo que «sé tú mismo» no es un consejo tan bueno como nos quieren hacer creer. Para contar chistes absurdos sobre unicornios y mantícoras puede tener su utilidad, pero como refugio para evitar aquello que nos da miedo o pereza es nefasto.

Yo soy introvertida. También soy bastante tímida. Nada me gusta más que quedarme en casa trabajando sin que nadie me moleste. Cuando se lo digo a gente que me ha visto en mil conferencias, talleres, fiestas de disfraces y demás, se ríen y agitan la mano (siempre consiguen echarme algo de sidra encima, los cabrones) y me llaman mentirosa.

No traiciono a mi ser más íntimo cuando hablo en público, cuando doy un curso o cuando charlo con alguien a quien admiro, respeto y que me da un poco-mucho de miedo. Simplemente aprendo a dosificar mi energía social. Aprendo a enfrentarme a las cosas que me dan un poco-mucho de miedo. Como me da pánico hacer el idiota en vídeo, grabo un vídeo haciendo el idiota (aunque uso a una lechuza de peluche como intermediaria… hay que dar pasitos chicos). Como me da pánico que alguien ataque a mi trabajo, a mis hijos-libros, pido expresamente a los lectores que reseñen mis obras.

Busca tu pánico y pregúntate qué está evitando que consigas. La gran mayoría del pánico es lógico y razonable y hay que hacerle caso. Pero no siempre.

Hablemos de cambio, again.

4. Desarrollar hábitos para los días de lluvia

No hablo desde la facilidad y la motivación eterna de quien escribe bailoteando con pájaros a lo Disney. Si tienes la picazón irresistible que te impulsa a buscar una vida extraordinaria, eso no se traduce siempre en la energía y la motivación que aparece en las películas.

¿Alguna vez te has visto en una situación imposible, irremediable? La necesidad, el agotamiento, la depresión, la ansiedad o el dolor crónico pueden borrar nuestros esfuerzos de un plumazo. No son meras excusas. Sé muy bien lo que es trabajar en algunas de estas situaciones. Puedes buscar maneras de superar ese muro, por imposible que parezca.

Se habla de que para triunfar en la escritura tienes que encontrar tu porqué. Eso es importante, lo es, pero un porqué no vale de nada cuando estás atrapado en un brote depresivo. Lo que te hace escribir cuando sufres de depresión, ansiedad o cualquier otra dolencia que te incapacite para una vida normal es la costumbre, obsesivamente implementada, de escribir todos los días. Si tu rutina incluye escribir a primera hora de la mañana, con que seas capaz de salir de la cama (algo en apariencia simple, aunque muchos sabemos que no lo es tanto), eres capaz de hacer lo siguiente, lo más importante para ti: trabajar en tu escritura.

He escrito mucho en el blog sobre cómo formar hábitos duraderos, porque para mí fueron la llave para escalar esos muros que parecían inquebrantables. Espero que para ti también funcione. Tal vez el artículo que resume mejor la implementación de un hábito básico, el de la escritura, sea ¿Es

necesario escribir todos los días?, y lo tienes en este mismo libro, en la sección «Disciplina y productividad».

5. Cambiar tu enfoque

Este paso es crucial y a la vez muy, muy complicado.

Yo recibo emails, bastantes. ¡No en todos me piden cosas! También me escribe mucha gente que me cuenta sus dificultades, sus sueños y esperanzas. Es una gran responsabilidad y medito mucho mis palabras cuando respondo. Con tantos emails empiezo a reconocer ciertos patrones. A veces, con leer solo un par de frases del email ya tengo cierta sospecha sobre si esa persona llegará a algo en la escritura o no. ¿Cómo lo sé?

Se trata de la mentalidad. Más que nada, se trata del enfoque.

Hoy en día (y cada vez más), todo está enfocado a la distracción y al entretenimiento. Cuando terminas un capítulo en Netflix, pasa automáticamente al siguiente. Facebook favorece el alcance de publicaciones que te mantengan dentro de Facebook, que no te hagan pinchar en elementos externos: alimenta la sensación de recompensa en nuestro cerebro mediante notificaciones (y nuestra bandeja de correo hace algo similar), crea la misma adicción que cualquier droga. Se nos eliminan las decisiones, se alejan las posibilidades de concentrarnos y enfocar nuestra atención en una sola tarea más o menos difícil.

En esta economía delirante de la atención, en este tiempo de contenidos rápidos e imitativos, encontramos pocas personas con una mentalidad real de aprendizaje y reflexión.

Escribir no es solo ponerse delante del papel o la pantalla y soltar palabras. Es un compromiso diario de aprender técnicas, estrategias, ejemplos, para hacerlo mejor. Es un compromiso de estudio periódico para encontrar el modo de poner lo mejor de ti delante de tu público. Sin excusas, sin aquello de «no tengo tiempo para escribir, pero tengo tiempo para responder a este idiota en Twitter». Me temo, sí, que eso además implica gastar dinero en productos y servicios que puedan ayudarte en tu camino (¡increíble, pero cierto!). Si no dispones de ese dinero, más te vale encontrar contenidos gratuitos excelentes.

Si tu enfoque está en crear y en aprender en vez de en consumir y distraerte (y todos sabemos lo doloroso que eso resulta, con lo fácil que es agarrar un bol de palomitas y tirarse en el sofá a ver la tele), te convertirás en el tipo de

persona que construya algo que merece la pena.

Con ese cambio de enfoque llega otra modificación importante. Empiezas a ser consciente de que tu éxito o fracaso está solo en tus manos. No se debe a terribles factores externos que se niegan a darte la recompensa que mereces. Dejarás de resentirte con el mundo (aunque nunca del todo) y recolocarás todo en el mapa para responsabilizarte de cada paso que das y que has dado.

Esto, a su vez, te obligará a desarrollar prioridades que otros no entenderán (y eso puede traer quebraderos serios de cabeza).

Cambiarás. Sin cambio, es difícil aprender y evolucionar. El progreso es imposible.

Cambiarás. Construirás algo digno de tu cambio, digno de ti. Digno de ser leído.

Tal vez, algo digno de ser recordado.

Las cuatro habilidades esenciales para escribir

Te traducen al japonés y tu editorial ni te lo cuenta (ni lo incluye en las liquidaciones).

Envías relatos a treinta concursos y no obtienes ni una mención de honor.

Inviertes mil euros en autopublicarte (portada, corrección y demás) y vendes veinte libros.

Tienes que comprar ejemplares de tu propia obra, porque así lo estipula un contrato que pensabas que era de edición tradicional (pero no).

¿Situaciones de pesadilla? No. Todas están basadas en casos reales.

Puede que te hayas hartado de tantas vueltas: de tanta pelea sobre derechos, malas editoriales, pagos justos e injustos, marcas personales, tácticas de promoción y demás. Cuando te debates entre el agotamiento y la confusión, al final solo queda una cosa, que es escribir.

A veces todo es demasiado y en esos momentos es cuando debemos recordar que nosotros a lo que veníamos aquí era a crear y es que eso es, como dice un amigo escritor, «lo que nos da la vida».

No sabía muy bien cómo titular este artículo, porque Cuatro habilidades necesarias para triunfar queda, no sé, como algo salido de un blog megamotivador de persona que vende contenidos sobre cómo vender contenidos mientras hace coaching sobre cómo alinear tus chakras.

El título que he puesto al final es, en cierto modo mentiroso: para escribir solo necesitas una habilidad, que es la de saber unir letras para formar palabras y saber unir esas palabras para que formen frases coherentes. Escribir era eso, ¿no?

Siglos de teoría literaria podrán hablarte de forma, fondo, intencionalidad y recepción, pero yo diría que la definición que yo he dado sigue siendo válida, en esencia. Hasta la RAE diría algo similar.

Pero me siento en la obligación, una vez más, de hacer una distinción

importante entre escribir para ti y escribir para los demás. Y ahí es donde entran ciertas habilidades de las que vengo a hablar hoy, así que olvida tus preocupaciones, ve sacando la silla, el té y la botella de ginebra premium, que yo soy de meterme en materia in profundis.

Una diferencia clave de intención

Existe una cantidad sorprendente de personas (entre las que yo también he estado: me encanta hablar de mis propias cagarrutas), que no entiende una diferencia muy básica: o bien escribes solo para ti, por tu propio placer, o bien escribes para que otros te lean.

La mayoría de nosotros estamos en una zona gris intermedia: queremos que nos lean, pero también queremos divertirnos y disfrutar de nuestra escritura, de nuestro arte. El problema gordo surge cuando no entendemos que hay un precio a pagar. Es decir, si te empeñas en escribir solo para tu propio disfrute, sin entender las necesidades comunicativas de la lengua ni contemplar para qué público escribes, hay muchas posibilidades de que tus obras no obtengan un gran reconocimiento, interés editorial ni muchos lectores. Y al revés ocurre igual: si escribes con el único propósito de ser leído, tu escritura dejará de progresar, se volverá estanca e impersonal. Le faltará tu personalidad, tu chispa creativa.

Yo no estoy aquí para obligarte a promocionarte, a vender ni a pensar en tu lector. Ni siquiera puedo obligarte a que mejores tu escritura.

Me gustaría dejar siempre claro que si tú solo quieres escribir como pasatiempo y divertimento, eso es fantástico, y es igual de válido que escribir para vender y para ser leído. No obstante, mi trabajo está enfocado sobre todo a personas que quieren:

a) escribir mejor

b) llegar a más lectores y

c) descubrir subgéneros aún más bizarros que el dinoporno (sí, eso existe).

Si te agobias, como todos nos agobiamos, recuerda lo que dijo mi compi escritor y regresa al acto básico de escribir, porque yo asumo que si estás leyendo esto, es porque escribir te da la vida.

Y cuando hayas escrito y te sientas mejor y te apetezca conseguir más

lectores, vuelve. Porque últimamente he estado estudiando un porrón (porrón con la acepción de «mucho», no de «recipiente lleno de vino», juro que no bebo mientras escribo estos artículos. Ya no).

He estado leyendo (demasiado) sobre qué habilidades destacan en los escritores que triunfan.

Las cuatro habilidades mágicas de los escritores de éxito

Cuando hablo de éxito no me refiero a vender tropecientos mil libros. Me refiero a conseguir aquello que deseas, tu objetivo como escritor.

Empecemos, pues, por el principio: si no tienes claro qué quieres conseguir como autor, eso es algo que vas a tener que aclarar enseguida. ¿Quieres ver tu libro en las tiendas, quieres hacer dinero vendiendo por Amazon, quieres ganar premios literarios, quieres sacar una tirada pequeña de libros para compartir con tu familia?

¿Ya? Ahora hablemos de habilidades.

He podido encontrar cuatro competencias clave, no solo para conseguir lo que te propones como escritor, sino para conseguir lo que te propones en cualquier ámbito.

No hablo de algo milagroso ni estoy hablando de autoayuda de baratillo. Lo que vamos a ver a continuación no es una invención mía. Cuando hablo de habilidad, no me refiero a algo innato: hablo de capacidades que se desarrollan mediante repetición, trabajo y tiempo. Así que, en teoría, están al alcance de cualquiera. No negaré la importancia de ciertos factores como suerte o circunstancias personales (no es lo mismo nacer en una familia de clase media alemana que en una familia bajo el umbral de la pobreza en Nepal), pero no siempre son los factores más determinantes. Por lo que he podido encontrar, los factores cruciales son estos:

Habilidad 1: Determinación

No es broma. Siempre hemos dicho que escribir es una maratón, no un sprint, y que llegan a algo los que aguantan hasta el final.

En su libro Grit: El poder de la pasión y la perseverancia, la psicóloga Angela Duckworth se basa en casos probados para explicar cómo el puro aguante es lo que diferencia a la gente que llega a la cima de su sector de todos los demás. Y

no es la única que lo dice. Cada vez hay más indicios que apuntan a que la determinación, la capacidad de seguir trabajando pese al fracaso, es lo que marca a la gente de éxito, en cualquier sector.

Esto no significa que debas ser obcecado e inflexible: la flexibilidad es crítica en lo que se refiere a tácticas y metas, a corto y medio plazo. Pero será la adherencia a tus metas a largo plazo, a tus prioridades y objetivos últimos, lo que te hará progresar.

¿Cómo desarrollo mi determinación?

Desarrollar tu aguante es fácil… y no tan fácil. Es tu capacidad para trabajar a diario, pese a obstáculos e inconvenientes. Es la capacidad de volver a levantarte cuando te han dado una hostia bien gorda.

Imagina que a José Antonio Cotrina (de quien nunca hablo para nada y a quien no me une relación de ningún tipo) le hubiera dado por rendirse cuando Alfaguara canceló su trilogía, El ciclo de la Luna Roja. Imagina que eso te pasa a ti, después de giras, promoción a mansalva y tantas, tantas expectativas. Todas esas ilusiones… a la mierda. Todos esos años y años de trabajo… al garete. Por menos que eso mucha gente deja de escribir. Pero él se puso con su siguiente libro, siguió trabajando. La trilogía finalmente encontró otra editorial y el siguiente libro… bueno, el siguiente libro fue La canción secreta del mundo, que vaya tela.

Tal vez por eso no hay muchos escritores que sean realmente buenos: porque pocos tienen el aguante necesario para llegar a la meta de la maratón y de paso, seguir mejorando su escritura. Hay muchísimos creadores mediocres, no tanto por falta de talento, sino porque se rinden antes de poder desarrollar su arte.

Si quieres desarrollar tu determinación, más te vale saber lo que quieres conseguir como escritor. Y trabaja en ello todos los días, sin excepción, ocurra lo que ocurra. Pero recuerda que tu trabajo debe ser también trabajo deliberado, con propósito: trabajo concentrado y útil, no simple repetición de lo conocido y cómodo. Y para eso necesitas…

Habilidad 2. Enfoque

Igual te acuerdas de Daniel Goleman, que sacó allá por otros tiempos una obra llamada Inteligencia emocional. En un libro más reciente, Focus, habla de esa determinación que acabamos de mencionar y añade otro factor crucial: el enfoque. Si estás haciendo mil cosas a la vez, no llegarás muy lejos. Y esto lo digo tanto en el

sentido general (tu vida) como en el particular (la multitarea diaria delante del ordenador).

¿Cómo mejoro mi enfoque?

Hay tres asuntos importantes a tener en cuenta:

1. Trabaja solo en una cosa a la vez. Por eso siempre hablo de la técnica del pomodoro, porque durante un tiempo limitado te dedicas solo a una tarea concreta. Hay muchas aplicaciones para ayudarte. Pathjet era maravilloso, pero por desgracia ha cerrado y ahora uso una versión muy básica en línea llamada Pomodoro-Tracker.

2. Establece tus prioridades y entrégales tu tiempo más valioso. ¿Qué es lo más importante que tienes que hacer mañana? ¿Qué tarea te dará más valor a ti, a tu objetivo último? Otórgale el tiempo más productivo de tu día (personalmente, recomiendo la primera hora de la mañana, porque así podrás pasar el resto del día con la satisfacción de haber conseguido lo más importante). En mi blog hay muchísimos más trucos de productividad (tienes varios enlazados al final, en la sección bibliográfica).

3. Un enfoque óptimo tiene sus exigencias. No podrás darlo todo si no has dormido bien, si no te alimentas bien, si no haces un poco de ejercicio (que no solo es bueno para el cuerpo; tu cerebro se beneficia en gran medida), ¡y si no descansas! El ocio también es importante: necesitamos desconectar.

Pero aguante y enfoque no sirven de nada si no tienes esto:

Habilidad 3. El gusto

Hablemos de gusto.

A lo mejor cuando alguien te dice que hay aptitudes más importantes que el talento, pones los ojos en blanco y dices: «Ya, ya, el trabajo diario» o «ya, ya, la persistencia» o «ya, ya, saber promocionarse». O «ya, ya, los sacrificios a los primigenios que viven en el núcleo de la Tierra». Y todo eso es fundamental, no hay duda alguna (sobre todo lo de los primigenios), pero hay otro concepto que se nos suele escapar.

Se trata de un factor que no se aplica solo a la escritura, sino a toda la creación artística en general. O por lo menos aquella creación artística que no solo

busca disfrutar, sino mejorar, aprender, progresar en su arte. No se habla mucho de ello: desde luego no es algo que aparezca en muchos de los textos tradicionales para escritores.

Hablo del buen gusto. Deja que me explique.

La relevancia del buen gusto

Si amas la música, es posible que desconfíes de personas que dicen «a mí me gusta todo tipo de música» o incluso «a mí me gusta toda la música». Porque cuando algo nos obsesiona, aprendemos más sobre ese algo y desarrollamos una capacidad muy especial de refinamiento y selección. Por esto, desconfiamos de alguien que no se muestra exigente ni con ánimo de seleccionar, porque lo interpretamos como ignorancia.

Si te gusta mucho leer, es muy posible que sientas un prejuicio negativo hacia personas que leen obras que tú consideras porquería. Otro día entramos en la ética de este asunto (y de si ese prejuicio es productivo o válido), pero es inevitable que categoricemos a otros por sus preferencias. Porque nosotros ya no nos limitamos al «esto me gusta» o «esto no me gusta», sino que desarrollamos razonamientos y percepciones que pueden explicar, a nuestro juicio, por qué una obra es mejor que otra.

Algo similar ocurre cuando creamos. Cuando empiezas a dibujar, te guías por instinto. Si no tienes un gusto formado, cualquier aberración con la que manches el papel te parecerá una maravilla. Pero si amas el arte y te encanta ver el trabajo de otros artistas, es muy probable que compares ese manchurrón y decidas que sales perdiendo. Con la escritura pasa igual.

Hay muchas cosas que podemos aprender mediante la teoría y el estudio. Otras las aprendemos por instinto: reconocemos patrones de lo que funciona y los aplicamos sin pensar. Algunas personas llaman a esto talento, pero en realidad se trata más de gusto. Sin duda habrá quien tiene una formación cerebral que le permita crear mucho mejor. Sí que hay ciertas habilidades innatas. Pero mi teoría es que mucho de eso que llamamos innato es en realidad el gusto que hemos desarrollado a lo largo de los años, mediante nuestro consumo, hábito y preferencia. Ese discernimiento esnob puede ser, de hecho, algo positivo (aunque no vaya a hacerte muchos amigos).

El trabajo y el volumen como compañeros del gusto

Creo que lo primero que leí sobre este concepto del gusto en el arte fue del locutor de radio estadounidense Ira Glass (la traducción es mía):

Lo que nadie cuenta a la gente que empieza (y ojalá alguien me lo hubiera contado a mí) es que todos los que hacemos trabajo creativo empezamos con ello porque tenemos buen gusto. Pero hay como un hueco. El primer par de años haces cosas y no son muy buenas. Intentan ser buenas, tienen potencial, pero no son buenas.

Pero tu gusto, eso que hizo que entrases en este juego, sigue siendo brutal. Y ese gusto es el que hace que tu trabajo te decepcione. Mucha gente no consigue superar esta fase. Abandonan. La mayoría de las personas que conozco que hacen trabajo interesante, creativo, pasaron años así. Sabemos que nuestro trabajo no tiene esa cosa especial que queremos que tenga. Todos pasamos por esto. Y si acabas de empezar o si todavía estás pasando esta fase, tienes que saber que es normal y que lo más importante que puedes hacer es producir mucho. Ponte fechas de entrega para que cada semana termines un relato.

Solo a través de cierto volumen de trabajo podrás cerrar ese hueco y tu trabajo será tan bueno como tus ambiciones. Y a mí me llevó más tiempo averiguar esto que a nadie que haya conocido. Va a llevar un tiempo. Es normal que lleve un tiempo. Solo tienes que luchar por salir adelante.

Y así, como ves, está atado el gusto (nuestro motor e impulso) con la importancia del trabajo constante y de la persistencia, de la determinación ya mencionada, incluso cuando estamos convencidos de que siempre seremos mediocres.

Lo malo del buen gusto, claro, es como aquella vez que probé sushi realmente bueno. Ahora todo el sushi restante me parece vómito de pez mezclado con caca hecha de arroz blando.

Pero vayamos a lo práctico.

¿Cómo desarrollo el gusto?

Para un escritor, yo diría que la mejor forma de mejorar el gusto es leyendo a los grandes. Leer a mediocres te transmitirá enseñanzas mediocres (aunque a los malos hay que leerlos de vez en cuando, para entender qué hay que evitar). Leer a los realmente buenos es una idea genial.

¿Cómo sé, en realidad, quién es bueno o no? Tienes varias opciones:

Puedes dedicar gran parte de tu vida a estudiar teoría literaria de la mano de profesionales (advierto que esto sale carillo en cuotas universitarias) o…

Empieza por los clásicos. Lo bueno de los clásicos es que tienden a pervivir porque tienen ciertos fundamentos básicos de calidad (prosa trabajada, múltiples niveles de sentido, ideas o estructuras que influyeron en generaciones posteriores, personajes emblemáticos, etc.).

También puedes buscar a un buen número de reseñadores o críticos que veas que hacen reseñas trabajadas, que demuestren que entiendan las técnicas que hay detrás del trabajo del escritor. Deja de leer reseñas que se queden en el «esto es glorioso» o el «esto es peor que el sushi ese del que hablaba Gabriella» y busca contenidos que demuestren que su autor sabe de lo que habla y fíjate en sus recomendaciones.

Procura, también, leer en varios géneros. Un buen gusto se forma mediante la comparación, la intertextualidad y el análisis sistémico.

Y escribe, escribe, escribe. Lleva a la práctica todo lo que has aprendido.

Al final llegarás. Porque tu gusto, querida persona, unicornio o marsopa, es exquisito.

Pero aguanta un poco más, que esto no ha terminado. Nos falta hablar de otra habilidad crucial.

Habilidad 4. Aquella que es clave en tu sector

Esta tal vez sea la más inesperada. Por un lado parece de cajón, pero pocas veces nos paramos a analizarla.

Hay habilidades fundamentales para todo (como las tres que acabamos de tratar), pero luego hay habilidades específicas según lo que quieras conseguir.

Por ejemplo, si tu meta como escritor es obtener reconocimiento y prestigio publicando con una gran editorial, habrá una serie de habilidades que tendrás que desarrollar que no coincidirán por completo con las que necesita una persona que lo que quiere es hacer dinero con su escritura. Por esto, lo primero que pido siempre a aquellos que me traen dudas y consultas es que decidan qué es lo que

ellos quieren conseguir.

Más allá de esas habilidades básicas que todos tenemos que desarrollar en cualquier campo para progresar en él, ¿cómo podemos saber qué otras aptitudes deberíamos estar potenciando?

Encontré una respuesta interesante en un artículo de Scott H. Young. El tipo hace cosas como estudiar una carrera en MIT sin buscar obtener el título, solo para demostrar las posibilidades del estudio y conocimiento por sí mismos. Según Scott, deberías estar concentrando la mayor parte de tu tiempo y esfuerzo en la habilidad que más beneficios te traerá dentro de tu campo de trabajo (esto se vincula a la famosa regla de Pareto: enfoca la mayor parte de tu energía en aquello que te dará mayores resultados). Si no estás haciendo esto, según Scott, más te vale cambiar de:

a) habilidad o

b) campo.

Si estás en ventas a puerta fría y dedicas el 80% de tu tiempo a desarrollar tus habilidades de escritura, deberás o bien cambiar tu enfoque y ponerte a aprender técnicas de venta o bien dedicarte a la escritura. Todas las habilidades son útiles, pero dedicar tiempo a avanzar en habilidades que no son las cruciales para tu sector puede ser un error muy costoso.

Todos sabemos que esto parece sencillo y lógico, pero en realidad la cosa no es así. Cuando estamos rodeados de árboles es difícil ver el bosque.

¿Cómo averiguo qué habilidad es crucial en mi sector?

Scott ofrece una técnica sencilla y fulminante: haz una lista de todas las personas de tu campo que han alcanzado las metas que tú quieres alcanzar, y compara y coteja para ver qué habilidades tienen en común.

Esto puede producir algunos resultados sorprendentes… y hasta desagradables. Si tu objetivo es ser un escritor autopublicado superventas, es posible que encuentres que otros escritores que han alcanzado este objetivo no tienen siempre la habilidad de escribir bien como prioritaria. Así es: muchos superventas escriben libros que no son muy correctos que digamos. ¡Algunos ni siquiera son buenos narradores! Pero todos tienen en común otra cosa: saben promocionarse, saben utilizar todas las tácticas habidas y por haber para darse

visibilidad.

Esto es durillo de aceptar, lo sé, pero engañarse tampoco sirve de mucho. Si quieres ser escritor autopublicado de éxito, y mira que me duele decir esto, la calidad formal de tu libro no es tu prioridad: tu prioridad es tu capacidad para darte a conocer y vender libros.

Ofú, qué dolor. Solo de escribir esas palabras me escuecen los dedos.

Imagina ahora que quieres ser bloguero de éxito, o, por lo menos, conseguir un buen puñado de visitas y atención. ¿Qué habilidades asocias con tener un blog popular? Muchos te dirán que lo esencial es escribir bien, pero si miramos con lupa, hay un buen puñado de blogueros que se expresan genial y que no conoce ni su madre; también hay blogueros que escriben regulín y que tienen buen seguimiento. Personalmente, creo que lo que tienen en común todos los blogueros que mantienen un nivel de éxito y atención es la permanencia. Esto es: llevan mucho tiempo escribiendo y publicando, de manera consistente y continua. Esa perseverancia, unida a un interés real por lo que interesa a su lector, es lo que marca la gran diferencia. Hay habilidades secundarias, pero que no te digan que estar en redes sociales o ser un gurú del SEO lo hace todo: ayuda, sí, pero hay blogueros reconocidos ahí fuera que no saben lo que es una palabra clave y que ni siquiera están en Facebook.

La habilidad crucial no puede ser la única, como es evidente. La perseverancia no te llevará a ninguna parte si no sabes venderte un poco, y tendrás que tener una habilidad de escritura mínima si quieres seguir vendiendo libros y obtener lectores a largo plazo (en teoría). Pero la habilidad crucial es lo bastante importante como para que inviertas en ella ese 80% famoso de tu tiempo y energía.

Así que busca y encuentra esa habilidad crucial y, cada vez que te sientes a hacer algo, pregúntate en qué está ayudando esa tarea a desarrollar dicha habilidad.

Te sorprenderá la cantidad de cosas que no te están ayudando en absoluto.

Hacer la cama te hace mejor escritor (y treinta trucos más que debiste contarme)

Escribir es muy fácil.

Solo hay que ponerse. Escribir mucho. Y leer, leer a destajo. Cualquier web de medio pelo te lo puede decir con gusto resabiado y unas cuantas imágenes de puestas de sol con citas motivadoras.

Si no quieres leer más de cinco mil palabras sobre la dura realidad del escritor (y quién te culparía por ello), abandona. Vete a disfrutar del aire libre o ve una comedia romántica made in America. Un 50% de esas acciones acabará con muchas de tus neuronas, pero eh, si no vas a escribir tampoco te hacen mucha falta.

Como todo en la vida, nada es sencillo ni tajante. Abrí este artículo con una mentira tan gorda que podríamos usar mi nariz de Pinocho como ascensor orbital. No solo hay que escribir (¡que dicen que es fácil y bonito!), sino aprender y progresar y conocer nuestras herramientas. No se trata solo de leer mucho, sino de leer bien y sacar provecho de lo leído. Puedes hacerlo a solas o buscando la compañía de una comunidad que te ayude a avanzar y que te dé apoyo. Y mil trillones de repebillones de cosas más.

Hay muchos buenos consejos y todos tenemos algunos, grandes, importantes y poderosos, que querríamos contar a nuestro yo del pasado. Pero luego hay otros menos evidentes. Life hacks, tal vez. Trucos que no solemos mencionar, tal vez porque parecen obvios, tal vez porque necesitas llevar muchos años en un sector o industria para entender que sí, que son reales y funcionan e igual hay que hacerles un poco de caso. Son cosas pequeñas que hacen una gran diferencia. No es habitual encontrarlas en páginas ni libros para escritores. Por lo menos no en páginas ni libros al uso.

Puede que sea porque tendemos a ver ciertas acciones por separado. No vemos el acto de escribir como una parte encajada en un sistema vital. No nos damos cuenta de su función dentro de una visión holística. A poca gente se le ocurre cómo influye el salir a correr por las mañanas en el hecho de escribir por la tarde. Pero la cuestión es que influye y tampoco hace falta leerse un libro de

Murakami para intuirlo.

Así que ahí van. 31 trucos que se me han ido grabando a fuego en estos años de nadar en las aguas de la publicación y la escritura. Algunos han salido de las listas de 88 consejos vitales de Raptitude: me sorprendió la cantidad de ellos que no solo eran aplicables al hecho de escribir, sino a mi propia experiencia.

Aquí está el primero.

1. Hacer la cama te hace mejor escritor

Esta idea proviene de la experiencia de Jennifer Lee Dukes, que descubrió cómo cambiaba su día a raíz de una sencilla acción por la mañana: hacer la cama.

No se soluciona el mundo haciendo la cama, no. Se trata de encontrar un hábito desencadenante y hacer que funcione para ti.

En los estudios sobre el comportamiento, se habla mucho de esos hábitos «gatillo», esos trigger habits que inician una cadena de acciones. Suele usarse el término para hablar de hábitos negativos. Por ejemplo, para una persona con sobrepeso su hábito desencadenante puede ser el alcohol: cuando bebe pierde inhibición y disciplina y empieza a comer sin medida. Para un fumador podría ser el salir de bares; para una persona con problemas de productividad el hábito desencadenante de toda una tarde desperdiciada podría ser mirar Youtube o descubrir que Gabriella Literaria acaba de publicar un artículo nuevo con más de cinco mil palabras.

No pasa nada. Todos tenemos nuestros vicios.

Pero también hay hábitos desencadenantes que son buenos. Cuando Jennifer hacía la cama, se sentía más ordenada, adulta y responsable, así que aprovechaba también para planchar, fregar los platos, limpiar el cuarto de baño… Estos hábitos gatillo o mecha que incendian una bomba de acciones positivas suelen estar muy ligados, como todos los hábitos, a la identidad. Hacer la cama nos comunica a nosotros mismos que somos personas organizadas y limpias, y respondemos a ese estímulo comportándonos como tales.

Para mí el hábito desencadenante es sentarme todas las mañanas a planificar el día. Me da cierta sensación de control y orden. Y luego, sí, hago la cama. Y a partir de ahí, por lo menos por la mañana, soy más productiva. Hago más de las cosas que necesito hacer para terminar más libros y venderlos.

Si te asomas a la ventana desde una cama recién hecha, puedes ver acercándose, ahí a lo lejos, el premio Nobel que la vida te ha negado. O eso me han contado.

Encuentra tu hábito desencadenante e inicia el efecto dominó que te lleva al trabajo diario que te permite llegar a tus objetivos: ya sea escribir, publicar o dominar el universo.

2. No puedes hacer que la gente cambie de gusto solo para leerte

Hay una forma terrible de pensar que está muy extendida. Es: «Si escribo algo lo bastante bueno, le gustará a todo el mundo».

No digo que eso no pueda ser verdad. Juego de tronos lo ven personas a las que nunca les había gustado la fantasía. Pero Canción de hielo y fuego comenzó dirigiéndose al nicho de la literatura fantástica y de allí fue creciendo y metiendo sus tentáculos en otros públicos. No esperes que tu novela de romántica lo lea y disfrute alguien que, por lo general, no gusta de la romántica. Puede pasar, pero probablemente no.

Escribimos sin tener en cuenta a nuestro lector objetivo y luego nos cabreamos porque no nos está comprando libros alguien que queremos que compre nuestros libros, pero que no es nuestro lector objetivo. Es por esto por lo que el spam rara vez funciona.

Esto me lleva también al siguiente punto:

3. Nadie tiene la culpa de tu fracaso

Somos muy de echar la culpa a otros, hasta límites ridículos. Sé mejor que nadie lo que es ver libros mediocres (o directamente malos) ahí fuera que venden como rosquillas bañadas en oro y chocolate mientras tu amada novela perfecta vende menos que los típicos pastelitos de café y merengue que siempre se quedan solos, abandonados, últimos en las bandejas de dulces.

¡La culpa es del público, que no sabe apreciar tu genialidad! ¿Verdad? ¡No están preparados para tu talento visionario!

No, nadie sabe apreciar tu talento. La mala ortografía, el descuido del contenido y el final acelerado son fantasías ajenas y envidias de los que te odian.

Es muy fácil hundirse en la miseria y sentir que el mundo es injusto y que todos los demás son unos egoístas insensibles e idiotas. Pero a veces (bueno, casi siempre), eres tú la insensible e idiota, Gabriella de mis entretelas, y más te vale ponerte las pilas y encontrar qué es lo que busca tu público y cómo conseguir que tu obra llegue hasta ellos. Sí: la única culpable de cualquier fracaso soy yo.

Cuanto antes asumamos esto, antes podremos también cambiar las cosas del sistema que no nos convencen.

4. Las opciones más baratas y las más caras suelen ser las peores

Si alguna vez tienes que contar con un corrector, maquetador, ilustrador, etc., lo normal es sentirse tentado por las opciones más económicas. Los informes de lectura a treinta euros existen, lo prometo.

Pero esa economía es falsa: lo que ahorras en inversión lo pierdes en ventas posteriores que no vas a conseguir. ¿Y de qué sirve contar con un corrector barato, por ejemplo, si el resultado es tan malo que luego necesitas contratar a otro para que te lo arregle? Un profesional «económico» generalmente va a proporcionar baja calidad, y los profesionales más caros suelen tener precios muy inflados debido a un exceso de demanda (en cuyo caso no tendrán tiempo para ti) o pueden ser novatos ambiciosos que desconocen el mercado. No te interesa ninguna de esas opciones. En el punto medio (o medio alto) tiende a estar la virtud.

Y esto nos lleva al siguiente punto:

5. Las cosas gratis casi nunca son gratis

Y nada es gratis si te quita tiempo. Puede que quieras dedicar dos horas de tu vida a hacerte tu propia cubierta, pero te aseguro que esas dos horas al final serán quince, y el resultado nunca será igual que si la hubiera hecho un profesional. Pensarás que no te ha costado nada, pero echa cuentas acerca de lo que podrías haber hecho esas quince horas y plantéate si, en realidad, te has ahorrado algo.

6. Si todos los personajes son guapos, no quiero leerlo

Sí que hay géneros en los que a los lectores les gusta que los protagonistas sean guapos, pero por lo general, al lector le gusta tener algo con lo que identificarse. ¿Cómo vamos a identificarnos con personajes perfectos?

Da defectos a tus personajes. Más adelante, en este mismo libro, hay un artículo llamado 10 trucos diferentes para crear personajes inolvidables que te ayudará. Y recuerda: pueden ser atractivos, pero guapos, guapísimos, muy guapos… bah. Aburrido.

7. Si estás muy seguro/a de algo, tu escritura es menos interesante

Hay muy poco conocimiento absoluto en el mundo, no vamos sobrados de verdades absolutas. Es mucho más interesante leer a alguien (ya sea en ficción, en un blog o en el grafiti de la puerta de un baño público) que duda, que busca, que quiere mirar detrás de la cortina. Los escritores con creencias férreas de cualquier tipo transmiten su dogmatismo a través del texto y el resultado tiende a ser moralizador, irritante.

Y no sé tú, pero a mí el admitir que soy ignorante me resulta liberador.

Soy ignorante. No tengo ni idea de nada y no entiendo muy bien por qué me estás leyendo.

Ah, ya me encuentro mejor.

8. El cinismo solo atrae a otras personas cínicas

Lo mismo ocurre con las quejas: seguramente habrá quien quiera quejarse contigo, pero ¿quieres llenar tu vida y entorno de personas quejicas? Desde el más puro punto de vista del marketing, nos sentimos más atraídos por aquellos que nos hacen sentirnos bien con nosotros mismos y el mundo.

Tuve una racha en mi vida en la que me gustaba juntarme con personas inteligentes que se sentaban a reírse de la estupidez ajena, a ironizar sobre todo, a criticar todo lo criticable y a arreglar el mundo desde sus asientos de superioridad (sin hacer nada luego, claro). No fue una racha feliz ni productiva.

Esto no quiere decir que todo tenga que ser arcoíris y risas y bebés mofletudos y ponis de colores, pero sí que ayuda intentar filtrar un poco la mierda que soltamos en el mundo.

9. Basura dentro, basura fuera

Y, hablando de filtrar, este es otro de mis favoritos. Proviene de un dicho anglosajón: «garbage in, garbage out». Lo explicó muy bien Charles Babbage,

pionero de la informática:

En dos ocasiones me han preguntado: «Disculpe, Sr. Babbage, si metemos en la máquina cifras equivocadas, ¿saldrán las respuestas correctas?». No puedo ni empezar a entender el tipo de confusión de ideas que pueden llevar a alguien a hacer una pregunta así.

Sí, es cierto. Si metes información mala, obtendrás información mala.

Si ves telebasura, si escuchas conversaciones basura, si lees basura, a la hora de escribir producirás basura.

Si quieres tener el mejor blog del mundo, lee los mejores blogs del mundo. Si quieres ser el mejor comunicador del mundo, escucha a los mejores comunicadores del mundo. Si quieres escribir bien, lee contenidos de altísima calidad. Al intentar emular a los maestros, llegamos mucho más lejos que los mediocres.

Esto del GIGO es aplicable también a las relaciones que tenemos con otras personas. Por eso estoy tan de acuerdo con este consejo del autor James Altucher…

10. Ponte al lado de la persona más lista de la habitación

¿Estás en una fiesta, en una reunión o en un bar? Busca a la persona más inteligente y pégate a ella. No solo aprenderás mucho, sino que tu red de relaciones se compondrá de individuos valiosos.

Pégate al más listo. Pero sin pasarte. Algo intermedio, entre «no sé de quién me estás hablando» y «¿conoces algún abogado que me ayude a conseguir una orden de alejamiento?».

Quien dice inteligente dice amable, divertida, simpática o eficiente. Piensa en las cualidades que quieres obtener y relaciónate con personas que tengan esas cualidades. Lo de que somos la media de las cinco personas con las que más nos relacionamos no es una verdad universal, pero sí una guía útil.

11. La comodidad es la mayor adicción del mundo

Olvida el alcohol, el azúcar, la heroína o el Pokemon Go, nada hay tan adictivo como tu statu quo. Ya hemos dicho que los hábitos están asociados a la identidad, y procuramos defender nuestra identidad con uñas y dientes, por la

comodidad de lo conocido. Alterar nuestra identidad es duro de narices.

Propongo cambiar statu quo por statu quo ante bellum: el estado de las cosas antes de la guerra. Tenemos que estar siempre en guerra para progresar. No es necesario hacer de la salida de la zona de confort una costumbre heroica, pero sí tenemos que plantearnos de manera periódica dónde nos hemos anquilosado, acomodado. Y en la escritura esto es muy importante: sin desafíos ni cambios no avanzamos, nos limitamos a escribir siempre lo mismo.

12. La organización te hará libre

Cuando somos más jóvenes nos convencemos de que la rutina es mala. Somos inmortales, creemos, y ese octavo churro en la feria a las seis de la mañana tras toda una noche alcoholizada de sexo desprotegido no nos pasará factura jamás. Nos creemos héroes por rebelarnos contra el establishment y contra todos los pequeños actos rutinarios que intentaron enseñarnos nuestros padres.

Con el paso del tiempo, nos damos cuenta de que nuestros padres intentaban enseñarnos esos actos por una razón. Una buena rutina y unos buenos hábitos pueden marcar la diferencia entre vivir al filo de lo imposible, con ansiedad, porque nunca llegamos a hacer todo (y parece que nunca conseguimos hacer lo que es importante para nosotros) y tener un sistema productivo por el cual conseguimos lo que nos propongamos.

Pese a las historias de autores apasionados que lo dejaban todo para vivir en la carretera o borrachos en una cueva, la realidad sorprendente es que la mayoría de grandes escritores tenían (y tienen) una rutina férrea de trabajo. Si vas a salir todas las noches a comer churros, fornicar sin condón y emborracharte, más te vale tener un sistema que te permita trabajar al mediodía con resaca. Y un conocimiento extensivo de remedios para tus variadas enfermedades venéreas, claro.

13. No merece la pena terminar un libro que no estás disfrutando

Se podría argumentar que en el cole nos tenemos que leer algunos clásicos y muchos libros densos que no nos apetecen en absoluto. Y si un libro te cuesta porque es complejo e implica esfuerzo leerlo, ¡no lo dejes! ¡Eso es bueno! Te está haciendo pensar.

Pero si un libro directamente es malo, no hay obligación de terminarlo (a no ser que vayas a hacer una reseña: entonces sí debes). Hay muchos libros

buenísimos que leer y muy poco tiempo para leerlos.

No sé tú, pero yo… es ver una estantería Billy y ya me corroe la ansiedad del paso del tiempo y la conciencia de mi propia mortalidad.

14. Estudia arte

Interésate por la historia del arte y visita museos. Lee libros de diseño y búscate maravillas fotográficas de esas de Taschen y similares. Consume cómic de alta calidad. Cuanto más arte consumas (y estudies), más se refinará tu gusto y más comprenderás las bases del buen diseño. Esto no solo es aplicable a tu propia escritura (el gusto estético es interdisciplinar), sino que comenzarás a entender mucho mejor qué atrae a los demás en cuanto a gráficos, diseño web, maquetación, cubiertas, cabeceras de blog… todo lo que necesitas para destacar un poco en un mundo saturado de autores.

15. Apaga las notificaciones

¿Por qué nadie hace esto? ¿Por qué sigue el mundo lleno de soniditos de Whatsapp, musiquita de Facebook y avisos de «tienes un email» que, por fortuna, nada tienen que ver con la película de Hanks y Ryan?

(Durante meses odié a un vecino muy persistente con sus soniditos de Whatsapp, hasta que descubrí que era un loro. True story).

Quítale el sonido a todo o deshabilita las notificaciones. No es difícil y te cambiará la vida.

A no ser que tengas un loro.

16. Averigua a qué dedicas tu tiempo

Otro punto que parece de cajón Y NADIE LO HACE.

Coge cuaderno y boli, o instala RescueTime o algo similar, y apunta durante un par de días todo lo que haces y cuánto tiempo le dedicas.

Creemos que sabemos en qué empleamos nuestro tiempo, pero no es así. Este ejercicio tan sencillo te revela la cantidad vergonzosa de tiempo que dedicamos a hacer cosas irrelevantes, vacías (por no hablar del tiempo dedicado a complacer a otros). Casi siempre es porque estamos evitando enfrentarnos a lo que

de verdad importa.

Vence a la procrastinación.

17. Discutir no sirve de nada

Esto tardé en comprenderlo y ojalá no hubiera sido así: me habría ahorrado horas y horas y horas y milenios de tiempo perdido en foros y redes sociales.

Horas en las que podría haber estado escribiendo.

Cuando dos personas tienen opiniones contrarias, en el 99% de los casos ninguna de las dos quiere cambiar la suya (y por mucho que el otro argumente, no lo conseguirá). Esto es porque 1) convertir opiniones en conocimiento demostrable y bien investigado lleva mucho tiempo y esfuerzo, y es más fácil aferrarse a la opinión que investigar cuánta razón puede tener la otra persona; y 2) porque las opiniones también están firmemente asociadas a nuestra identidad. Cuando escuchamos a otra persona decirnos algo contrario a nuestra opinión, en realidad lo que estamos escuchando es que somos tontos y creemos que intentan humillarnos.

Desde hace un tiempo estoy intentando no tener opiniones. Solo sé que no sé nada. Escribo y publico muchísimo más. Internet ya está repleto de largos artículos elaborados donde expongo mis reflexiones, así que me guardo los debates para el 1% de conversaciones en las que ambas partes realmente podemos aprender la una de la otra.

Cada uno interpreta esto como quiere y puedes estar de acuerdo o no, pero te pido solo que te hagas una pregunta: ¿realmente son necesarios TODOS los debates en los que te metes en Internet?

18. Sí y…

Esto también se lo robé a James Altucher y funciona a las mil maravillas. Evita utilizar el «sí, pero…» en una conversación. Cámbialo por «sí y…». Es mucho más difícil, pero evitas ese 2) que mencionaba antes: no amenazas la identidad de nadie. Es la mentalidad perfecta para un corrector de estilo, un lector profesional o un profesor. El cliente/alumno no se ha equivocado, simplemente le enseñas una alternativa que, por sí mismo, reconocerá que es fenomenal. En el fondo estás dando validez a esa persona.

Usa esa mentalidad con otros escritores, editores y etc. Y ya me cuentas. A mí los resultados no dejan de sorprenderme.

19. Todos tenemos prejuicios

Y van a aparecer en nuestra escritura. Si alguien los señala al leer tu texto y te sientes ofendido/a, no lo descartes de inmediato. Sí, podría ser una percepción errónea de esa persona, pero antes de enfadarte y mandarlo/la a la mierda, evalúa cuáles son tus sensaciones al respecto y si no podría tener alguna parte de razón. Todos tenemos prejuicios e ideas preconcebidas de las que no somos conscientes.

(Yo, por ejemplo, tengo un odio acérrimo e inexplicable a los pantalones pirata blancos. No hay nada que pueda hacer al respecto, pero hago lo posible por que eso no influya en mis textos).

Pero también sé consciente de que, en el feedback, un porcentaje sorprendentemente alto de lo que expresa el lector proviene de sus propias convicciones, miedos e inseguridades. Por eso es mejor siempre quedarse con los comentarios más técnicos (y ojalá las reseñas y críticas fueran mucho más técnicas, en general).

20. El amor que leemos no es amor de verdad

La noción romántica de amor inunda todos los medios que consumimos. Piensa en tu experiencia y en la experiencia de los que conoces, y verás qué poco se parece a los patrones establecidos por ese romanticismo a lo Hollywood (y la frustración que eso causa, a su vez, en las parejas).

Cuando escribas, escribe amor de verdad.

21. Nunca te arrepentirás de hacer ejercicio

Incluso si te lesionas. Ese ejercicio era necesario (y la próxima vez ten más cuidado). Muchos escritores son famosos por sus largos paseos: limpian la mente y permiten que llegue lo realmente bueno; pero otro tipo de ejercicio más activo también ayuda. El subidón de endorfinas nos hace ver las cosas de una manera muy diferente, inspiradora.

A mí me cuesta barbaridad y media, porque en lo que se refiere a ejercicio físico me he pasado toda mi vida pensando que para ello era una vaga y una inútil.

Así que he tenido que cambiar mi identidad y convertirme en el tipo de persona que deambula una hora diaria, del mismo modo que antes he sido el tipo de persona que salía a correr todos los días o el tipo de persona que nadaba en la piscina más cercana. El truco está en dejar de compararte con los demás, encontrar tu propio ritmo y acudir a un médico (o a cuatro, en mi caso) para lidiar con cualquier problema o enfermedad que te impida llevar un estilo de vida saludable.

Los días en que no hago ejercicio estoy de mal humor y cansada. No consigo hacer nada de provecho y encima hescrivo mal.

22. Tienes derecho a juzgar a los demás por lo que leen

Mucha gente miente sobre lo que lee. Y es lógico: juzgamos a otros por sus lecturas. Parece una tontería, porque no debería importarme que alguien limite su dieta de lectura a imitaciones purulentas de Cincuenta sombras de Grey. Dice mucho del mercado editorial y eso siempre enfada cuando te dedicas a la escritura, pero en realidad, ¿quién soy yo para ponerles lo que yo considero literatura de calidad bajo la nariz?

Juzgar en público está feo y trae más años de mala suerte que romper un espejo. Pero lo cierto es que lo que leemos habla mucho de nuestros gustos, nuestra disciplina, nuestros intereses y ganas (o no) de aprender. Una pila muy mezclada me produce admiración: implica que el lector quiere salir de lo de siempre, quiere ampliar sus miras.

Juzga (en privado, en tu cabeza) a otros por lo que leen, para bien y para mal. Pero piensa en qué estás leyendo tú: ¿cómo te juzgarían otros escritores?

(Basura dentro, basura fuera).

23. Aprende cuál es el momento de marcharse

Como dice el autor y bloguero David Cain, cuando la fiesta ha llegado al momento en que los invitados se están enseñando sus vídeos favoritos de Youtube, es hora de llamar al taxi.

O quédate con aquella frase de Cómo conocí a vuestra madre: «Nada bueno ocurre después de las dos de la mañana».

No es del todo cierto: quedarme después de las dos de la mañana me dio un montón de experiencias memorables cuando tenía veintiún años.

Pero ahora hay que marcharse. Lárgate temprano. Deja a la gente con ganas de más. Vete a casa a escribir.

A no ser que estés en el festival Celsius, claro. Ahí hay que quedarse como mínimo hasta las cuatro.

24. Entérate de lo que pasa en el mundo por Twitter

Me temo que escribí este artículo hace un par de años, cuando Twitter no era (tanto) el hervidero de broncas, frustración y noticias sacadas de contexto que es ahora.

Pero lo que me gustaba de Twitter era que ofrecía diminutos recortes de información que luego podías ampliar con un googleo básico. No devoraba por completo tu día con noticias sensacionalistas. Todos los días hay desgracias en el mundo. Todos los días hay debate. Todos los días hay razones para despreciar a la humanidad o surge una nueva plaga apocalípitica. ¿De verdad vas a pasar diez horas diarias de tu vida preocupándote? Son diez horas de tu día en los que vas a escribir fatal.

Solo hay que echar un vistazo a cualquier hilo de comentarios de cualquier diario en web y aquello da más susto que el ébola, el zica y las vacas locas, todo junto.

No digo que no tengas compromisos éticos o políticos. Pero no puedes solucionarlo todo, y llamar a alguien gilipollas por internet no va a darle de comer a un niño en África. Una conversación crítica o sensacionalista obtiene miles de likes en Facebook, pero en cuanto alguien pone un enlace de algo real, tangible y útil, nadie comparte (y mucho menos, aporta dinero).

Busca una causa y lucha. Elige en qué emplear tus energías, porque la preocupación y la ansiedad no sirven de nada y encima te bajan la libido. Y ya sabes que el mundo necesita amor.

25. La motivación solo funciona a corto plazo

A mí me encanta pensar que cuando los visitantes a mi web terminan de leer mis artículos se lanzan sobre su cuaderno/ordenador/papiro medieval para escribir, energéticos, rejuvenecidos y mucho más guapos, pero la verdad triste es que mis píldoras de motivación no te van a servir mañana, cuando se te haya pasado el subidón y tengas que compaginar lo de escribir con algo tan pesado y

terrible como la vida real.

El secreto está en que la motivación dura poco, así que tenemos que aprovecharla marcándonos metas a corto plazo, metas tangibles, no lejanas en un futuro perfecto e imaginario. Nuestro yo futuro es siempre un superhéroe: nosotros no tanto.

No hay tarea difícil: hay una tarea que todavía no has dividido en muchas tareas sencillas.

No te pongas de objetivo: «escribir una novela». Divide y vencerás: «documentarme», «planificación», «hojas de personajes», «escribir el primer capítulo». Etc.

Alégrate y recompénsate cada vez que alcances uno de esos objetivos pequeños. Y sí, por qué no, lee un artículo que te motive a diario. Recupera la ilusión.

26. La calidad está en la sutileza

No expliques todo al lector. Muestra, no cuentes. Mete doble codificación en tu obra. No dejes ocho notas al principio y al final de la historia contando por qué hiciste esto o aquello. No te pases con los adjetivos, no sobrecargues tus frases.

En la sutileza está lo grandioso.

Creo que es lo más importante que puede aprender un autor conforme progresa en su escritura. Cuando eres un maestro en lo que haces, todo parece fácil (aunque tú sabes la sangre, sudor y lágrimas que hay detrás). Una voltereta perfecta es sutil. Parece sencilla, nada indica los años de entrenamiento del gimnasta.

No le grites al mundo lo buen autor que eres. No eres tan listo como crees y se te ven los hilos.

27. El síndrome del impostor es una buena señal

Ya os he hablado muchas veces del efecto Dunning-Kruger, por el que las personas incompetentes suelen creerse competentes. Cuando avanzas en un campo, eres cada vez más consciente de lo que no sabes. Por eso tantos grandes profesionales sufren del síndrome del impostor: otras personas alaban su trabajo y

pretenden darles grandes responsabilidades, y esos profesionales sienten que están engañando de alguna manera, que no las merecen.

Si sientes que todo lo que haces es porquería y que no mereces atención ni responsabilidad, puede que sufras del síndrome del impostor. Y eso es muy bueno. Tal vez te esté afectando el efecto Dunning-Kruger y tu conocimiento haya llegado a un nivel mayor.

O a lo mejor realmente eres inútil del todo, pero para eso se inventaron los cursos para escritores, las editoriales y los informes de lectura.

28. Huye de aquellos que hablen mal de otros delante de ti

Porque también hablarán mal de ti.

Huye también de las personas que se quedan de brazos cruzados y no protestan cuando otros hablan mal de sus amigos o compañeros. Tampoco te defenderán a ti.

Todos metemos la pata. Todos hemos hablado mal de alguien. Cotillear responde a necesidades sociales importantes. Pero vamos a intentar dejar de ser partes activas en el círculo de mierda.

¿En qué ayuda esto a tu carrera de escritor?

En serio: no sabes cuánto.

29. La técnica del pomodoro te salvará la vida

Hay miles de técnicas de productividad (en el blog, por ejemplo, tengo 69). Pero no he encontrado nada con la eficiencia del pomodoro.

Te pones el relojito durante 25 minutos y en esos 25 minutos solo haces una tarea. Nada más. Nada de escaparse a ver vídeos de gatitos, nada de poner el dedo en otra pestaña. Luego descansas un poco (suelen recomendarse 5 minutos de descanso) y a por otro.

25 minutos es poco. 25 minutos es posible.

30. Si no pides, no recibes

Nos educan para que callemos la boca. Hay una visión idealizada del mundo donde cada uno recibe lo que merece, así que las buenas acciones no hay que publicitarlas y lo que necesitas te será dado automáticamente. Qué frustración cuando eso no se cumple.

Si además habéis tenido una educación de corte religiosa (mea culpa), os habrán educado con aquello de que los mansos heredarán la tierra. Poner la otra mejilla, sufrir en silencio, etc. Palabrería para que no protestes. Whatever.

Mi madre siempre dijo que quien no llora no mama y es totalmente cierto. Si quieres algo, vas a tener que pedirlo. Nadie puede leerte la mente. Si quieres que compartan una publicación tuya, pide que lo hagan. Si quieres que te inviten a un festival, cúrratelo para que les compense invitarte. Si quieres que compren tu libro, explica por qué es importante para ti (¡y para ellos, sobre todo para ellos!) que lo compren.

Casi mejor termino con el punto más importante y práctico de todos.

En serio, esto va a hacer que tu vida dé un giro de 180 grados:

31. Evita Netflix y Facebook sobre todas las cosas

Quien dice Netflix y Facebook dice cualquier cosa con potencial para distraerte hasta perder la noción del tiempo. Sobre todo Netflix, con esa manera sucia y traicionera de ponerte un episodio tras otro sin avisar.

Intento liberarme de sus garras, en serio. Me lo he prohibido entre semana (y a ver lo que duro). Hasta voy dejándome mensajes por ahí, notitas donde me recuerdo que no debo abrir esa aplicación del demonio.

Por desgracia, Facebook no es algo que pueda evitar con unos cuantos posits rosas.

Porque Facebook es una herramienta demasiado útil, al igual que otras redes sociales que utilizo para estar en contacto con mis lectores y para compartir contenidos de interés para ellos (y promocionar mis libros, claro).

Si no tienes más remedio que usar Facebook (o cualquier otra red social) porque tus lectores están allí, debes encontrar maneras de que no interfiera con tus horas de escritura. Aparta tiempos destinados a las redes, no entres en ellas de forma compulsiva.

Si usas Netflix para inspirarte al escribir historias, adelante también. Pero sé muy estricto con tu horario de consumo.

Qué fácil es decir eso, ¿verdad?

Espero que con todo esto tengas algunas herramientas más para escribir mejor, más tiempo y más de todo.

Marcha ya con la habitual semilla motivadora: escribe, escribe, escribe, quéhacesquenoescribes. Hazlo bien. Hazlo bonito.

En el mundo ya hay bastante porquería. Tráeme cosas hermosas.

Veinte maneras de volver a enamorarte de la escritura

No, este no es otro artículo sobre cómo vencer a la página en blanco.

Eso es para principiantes. ¡Ja!

Tú no tienes problemas con la página en blanco. Tienes claras tus prioridades, tienes claro que esto es lo que quieres hacer. Te sientas todos los días a escribir y salen palabras, tengas o no la fuerza de voluntad para ello. Incluso has vencido a la procrastinación (y si no, hay otro artículo más adelante que te ayudará con el tema).

Pero a veces eso no es suficiente. No, esta lista es para el tedio. La sensación insidiosa de apatía y desinterés que te embarga cuando compartes un café con alguien con quien llevas casado/a treinta años y a quien ya no tienes nada que decir. Todavía lo/la quieres, sí, pero todas las cositas pequeñas del día a día han hecho que te olvides de cuánto.

Sí. Esta es una lista (otra lista, Gabriella, eres de lo más original) para recuperar la chispa. Para que tiréis el café al suelo y acabéis haciendo el amor apasionadamente sobre la mesa de la cocina.

Te puedes quemar con café derramado, cortarte con los trozos de taza rota, clavarte un par de astillas de la madera de la mesa. Pero de vez en cuando hay que hacerlo: tienes que recordar por qué te enamoraste de esa persona para empezar. Tienes que recordar por qué escribes y tienes que volver a meter creatividad en vena a esa criatura muerta que te has atrevido a llamar manuscrito.

Estos trucos, consejos, modos, ideas o detonadores son píldoras de emoción para que esa tarea diaria y repetitiva vuelva a convertirse en una historia de amor. Algunos diréis: «Quien realmente ama la escritura no necesita de esto». Bien por vosotros. Seguro que también creéis que seguirás teniendo sexo desenfrenado con vuestra pareja dentro de veinte años.

Que no digo que no. Pero la rutina, la repetición y el hábito (aquellas costumbres que tan bien nos sirven para ser disciplinados, aprender y avanzar) suelen acabar matando la pasión, ya sea en un matrimonio, en esa orgía

semanal BDSM que se celebra en el aparcamiento de tu Mercadona local (no hagas como que no lo sabías) o en tu faceta de escritor y esa novela en la que llevas trabajando desde que, según el Génesis, Dios decidió descansar un ratito.

Sobre todo para los que escribimos cosas largas (novela, novela corta, artículos estúpidamente inacabables), la escritura diaria puede ser frustrante. La meta parece tan lejana, la recompensa tan escasa… Necesitamos, de vez en cuando, pequeños impulsos de motivación.

Algunos de estos trucos y métodos los habrás leído mil veces, pero en los veinte que te ofrezco seguro que das con algo que no se te habría ocurrido. Ahí van: unas cuantas ideas para volver a enamorarte de la escritura:

1. Necesitas un espacio nuevo

¿Recuerdas cuando escribir era emocionante? ¿Cuando no podías esperar a llegar a casa y ponerte frente al ordenador a teclear? Has perdido esa sensación y ese ordenador puede tener mucho que ver. Muchos utilizamos los mismos medios para trabajar y para crear, y esa no es una buena idea. Cambiar de entorno puede dar una nueva perspectiva a lo que hacemos al escribir.

Experimenta: ve a una cafetería; para algunos escritores el murmullo de fondo funciona muy bien. Escribe en una habitación distinta (pero mejor no en el dormitorio; es mejor reservar este espacio solo para dormir y hacer guarraditas). Escribe en el tren o en el autobús o en el avión. Prueba a escribir con un programa de reconocimiento de voz o una grabadora mientras paseas por la playa (eh, lo peor que te puede pasar es que la gente piense que estás loco/a). Ve a tu biblioteca local. Ayuda mucho si además son sitios donde no tienes más remedio que escribir: sitios sin conexión a internet, sin teléfono; solo tú y tu material de escritura.

Escribir siempre en el mismo sitio es importante para desarrollar e implementar el hábito de la escritura. Y tenemos que escribir mucho si queremos mejorar, así que ese hábito se convierte en la base de nuestro progreso. Pero cuando ese hábito ya está implementado, salir de la rutina puede ser algo muy positivo.

Lo cual nos lleva a:

2. Necesitas nuevos materiales

Así es. No solo se trata de cambiar de sitio, se trata de cambiar de medios. Si sueles escribir a ordenador, prueba a escribir a mano. Puede que no te compense a la larga (es mucho más lento luego tener que transcribir y etc.), pero puede ayudarte a enfocar y a concentrarte de una manera muy diferente. Escribe en el móvil. Pinta las palabras sobre un lienzo. Cambia la forma en la que tu cerebro se relaciona con tus manos y con las palabras. Te garantizo que tus ideas serán muy diferentes.

Hace poco me compré una libreta de dibujo en A4, con un papel deliciosamente grueso y blanco. Tengo muchas ganas de irme de viaje otra vez para poder sentarme y escribir a mano, con una pluma o algún bolígrafo especialmente cómodo. También tengo una libreta especial de papel de altísima calidad, en A5, que uso para poesía y que suelo decorar con dibujos. No hace falta saber dibujar ni nada por el estilo. La idea es reiniciar de vez en cuando tu relación con lo que escribes dándole pequeños bombazos de inspiración y mezclándolo con nuevas formas.

3. Necesitas nuevos amigos

No, no digo que llames de inmediato a todos tus colegas de siempre y les digas que ya no los quieres en tu vida porque te lo ha dicho Gabriella Campbell (aunque reconozco que tal nivel de devoción sería bastante halagador). Pero sí que ayuda mucho rodearse de personas que están en las mismas que tú, ya sean otros escritores u otro tipo de artistas (además, lo interdisciplinar es muy inspirador por sí mismo).

Dicen que somos la media de nuestras cinco personas más cercanas. Si tus cinco personas más cercanas son personas aburridas o están atrapados en el mismo nivel que tú, intenta dar con alguien que te inspire, que te obligue (ya sea por admiración o por pura competitividad) a dar mucho más. Obtendrás nuevos puntos de vista, nuevos desafíos. De nuevo, un reinicio a tu pasión por lo que haces. Nada me inspira tanto como ir a una feria o convención, hablar con gente admirable de mi sector y volver a casa llena de ganas de comerme el mundo. O, en su defecto, zamparme alguna isla diminuta que no sepa demasiado a mono y palmera.

También puedes liarte con alguien que escribe, aunque no sé si eso es del todo recomendable. Los autores podemos ser muy competitivos y solemos tener un ego más frágil que ese jarrón que sale siempre en las sitcom cuando hay niños jugando a la pelota.

Aunque es útil para el siguiente punto:

4. Escribe con otra persona

Nada motiva tanto como tener que quedar bien con alguien. Gracias a El fin de los sueños, que fue la primera novela que escribí a cuatro manos, pude superar por fin mi pánico absoluto a publicar una novela. Al escribir con alguien en cuya habilidad tenía plena confianza, sabía que la cosa no podía acabar siendo demasiado desastrosa (claro que habrá lectores que no estén de acuerdo con eso, pero para eso están la función de bloquear en Twitter y esas canciones que me canto a mí misma muy alto cuando me despisto y entro en Goodreads). Creo que es importante escribir con alguien que sea mejor que tú, para que puedas aprender lo máximo posible de la experiencia.

Ni siquiera es necesario que os conozcáis en persona. Puedes buscar en foros y grupos de escritores en internet, en redes sociales o en talleres de escritura. Siempre hay alguien dispuesto a lanzarse a la aventura de escribir en pareja. O en trío. O en encuentro multidisciplinar de cerebros y corazones:

5. Escribe con muchas otras personas

No me refiero tanto a que escribas una antología o una novela coral (aunque también es una opción), sino que busques entornos donde otros escritores saquen lo mejor de ti. Un curso o taller de escritura de calidad puede ser un buen principio, porque de paso aprenderás técnicas y te encontrarás con una explosión de perspectivas, ideas y novedades. Justo lo que hacía falta para reactivar tu pasión por la palabra escrita.

También hay grupos de escritura, pero si no encuentras ninguno que te convenza, ¿por qué no crear uno? Pregunta en bibliotecas, centros culturales o librerías locales si te permitirían realizar un encuentro semanal abierto para escritores y anúncialo con carteles en el propio centro. Puede que se quede en nada, puede que conozcas a un buen montón de señores jubilados con demasiado tiempo libre y demasiado amor por la rima consonante, pero también puede que acabes con un grupo activo e inspirador. Y, en el peor de los casos, las personas insoportables proporcionan un montón de material sobre el que escribir.

6. Cambia de género

Si siempre le has dado a la novela negra, es posible que tu cerebro esté llegando al punto de «si tengo que matar a otra femme fatale, te prometo que el

único cadáver que se va a encontrar el lector va a ser el nuestro». Dale nuevo y delicioso alimento con un cuento erótico, un poema endecasílabo sobre la insoportable levedad del ser o una épica brillante sobre las gestas de un hombre cuerdo que vive en un mundo fantástico lleno de locos empeñados en que los gigantes son molinos. Por ejemplo.

Pon en marcha otras zonas de tu cerebro, aliméntalo con nuevas ideas. Regresa luego a tu novela negra, sí, pero te aseguro que ahora tendrá bastante más interés que antes.

7. Tontea con otros medios

Ya he dicho que la interdisciplinariedad es buena. Aprende a tocar la guitarra, dibuja, ve series de televisión o buen cine (y aprende patrones narrativos), lee ensayos de física cuántica y novelas de Elige tu propia aventura. Vive un poco. Si solo te interesa la escritura, esta acabará por convertirse en un refrito constante de sí misma, hasta autofagocitarse y crear un gran agujero negro que será el principio de la destrucción de todo el universo. Todos vamos a morir por tu culpa.

Sé infiel a tu escritura. Ella sabrá perdonarte y vuestra vida pasional será muuucho más interesante cuando vengas a enseñarle todo lo que has aprendido con tus amantes.

Ya he mencionado lo de leer. Lo repito:

8. Lee. Lee muchísimo

Otro consejo clásico, pero es que funciona. Pruébalo: antes de tu sesión de escritura, lee diez, veinte, treinta minutos. No tiene que estar relacionado con lo que estás escribiendo. No leas nada mediocre. Asegúrate de que sea algo excepcional, buenísimo, de lo que puedas aprender (las formas se quedarán metidas en tu subconsciente y la calidad de tu escritura tras lo leído será mayor), o algo terriblemente malo, para que pienses todo el tiempo qué harías tú para solucionarlo. Además, leer cosas muy malas te otorga la confianza para sentarte a escribir queriendo demostrar al mundo cómo tiene que hacerse esto de escribir frases que no den ganas de irse a vivir a una isla diminuta llena de monos y palmeras (donde también morirás, víctima de un extraño monstruo devorador de mundos).

9. Lee tus textos de hace tiempo

Leer lo viejo puede tener dos resultados, ambos positivos:

Morirnos de la vergüenza viendo lo mal que escribíamos entonces y darnos cuenta de lo mucho que hemos avanzado (lo que nos hará escribir con más ganas y brío, sabiendo que todo esto merece la pena).

Redescubrir textos e ideas que nos gustaban; redescubrir la pasión que teníamos antes. Un poco como ver un vídeo de tu pareja y tú en el acto. Sí, ahí están las estrías y los michelines y las posturas ridículas, pero puedes recordar cómo te sentías, qué te llevó a seguir repitiendo ese acto ridículo de amor (y muchos sudores) una y otra vez.

10. Escribe con música

Por lo general no me gusta escribir con música, porque me distrae. Pero alguna que otra vez, cuando me he sentido cansada, aturdida, harta de todo, cuando me he pasado con el almuerzo y solo quiero echar una siesta, o cuando he tenido un día estresante y agotador y solo quiero sacarme los sesos por las orejas mientras escupo veneno y palabrotas que harían enrojecerse al mismísimo Bukowski, ahí es cuando abro Spotify y recurro a mi música infalible.

Escribo un poco de poesía, o un párrafo suelto para una novela, o un largo monólogo sin sentido sobre lo idiota e insoportable que es esa persona que me ha tocado hoy la moral con su comentario/email/reseña/reflexión en internet donde NO TIENE RAZÓN EN ABSOLUTO.

Para cuando termino, esa persona podría entrar en mi casa y la invitaría a té con pastas y probablemente acabaríamos haciendo el amor encima de la mesa de la cocina. Por aquello de seguir con la metáfora de antes y que no te me despistes demasiado.

11. Recurre a lo aleatorio

De esto también he hablado con frecuencia, pero es que es mi truco favorito. Genera una palabra cualquiera (o una lista de palabras) y cuélalas en tu texto. Coge dos ideas que no tengan nada que ver y combínalas de la forma más extravagante que se te ocurra. Pide a todos tus contactos de Facebook que te den una frase (o coge una frase al azar del libro más cercano de tu estantería). Estrújate los sesos para usar todo esto de forma coherente. Es difícil, pero a tu cabeza le encantará y darás un giro diferente a todo lo que haces.

Las obras más geniales de lo creativo se forman mediante procesos ilógicos, como ha deducido el científico Kenneth Stanley gracias a los experimentos con su programa PicBreeder, donde los usuarios crean imágenes reconocibles «evolucionadas» a partir de formas sin sentido. Dice Stanley que lo aleatorio ayuda, pero que la mejor forma de predecir el logro creativo es estar abiertos a la experiencia y a la exploración cognitiva.

No se trata tanto de utilizar cualquier imagen o palabra o frase aleatoria: se trata de probar con aquellas que más crees que pueden aportar algo fantástico a tu texto. Y el momento del flechazo, cuando das con la idea perfecta, ese momento de «sexo de ideas» es maravilloso.

Lo bueno es que es también una manera eficiente de obligarte a probar cosas nuevas, cosas con las que no te sientes del todo cómodo/a. Sí, ya estoy con la metáfora sexual otra vez: es como montarte un trío para intentar recuperar la pasión. Puede ser un desastre. Puede que abandones tu novela y te vayas con esa otra novela nueva, que es mucho más interesante. Eso siempre es un riesgo. Pero también podrías descubrir las maravillas de las combinaciones y la erótica del aprendizaje. Por esto, también nos sirve el siguiente truco:

12. Haz algo difícil

James Clear escribió sobre el problema del repeated bout effect, algo así como el efecto de impacto repetitivo. Suele aplicarse al ejercicio y a las agujetas: cuando llevas tiempo sin hacer ejercicio tus músculos se resienten y duelen, pero cuando repites los mismos ejercicios de forma periódica, llega un momento en que el cuerpo se acostumbra y ya no duele, pero tampoco progresas. Los que escribimos a diario podemos encontrarnos con este problema: nos acomodamos dentro de lo que se nos da bien, dentro de lo que conocemos, y esto lleva al estancamiento y a la correspondiente frustración al ver que no avanzamos.

¿Cómo solucionarlo? En el caso del entrenamiento muscular, se recomienda realizar cambios en el tipo de ejercicio o subir el nivel de dificultad. Si levantas pesas, cargarías más peso. Si nadas, nadarías durante más tiempo, con mayor intensidad, realizarías intervalos, etc. En el caso de la escritura, también hay muchas maneras. Puedes ponerte una pistola metafórica en la cabeza: escribe más en menos tiempo, escribe sobre un tema que desconoces, escribe en segunda persona, escribe con un vocabulario de cincuenta palabras, márcate plazos de entrega. Tienes que salir de lo cómodo. Como dice Clear, si nada cambia, nada va a cambiar.

También puedes recurrir a…

13. Ejercicios creativos

Si quieres acabar con el tedio, dar un empujón a tu sesión de siempre o simplemente experimentar un poco, los ejercicios creativos te pueden ayudar. Aparte de la lista que yo misma ofrezco, hay montones de webs con montones de montones de ejercicios (Literautas es un buen sitio para empezar; si te llevas bien con el inglés recomiendo los writing prompts de Chuck Wendig).

Con todo, el mejor ejercicio de todos sigue siendo el siguiente:

14. Prueba la escritura libre o freewriting

La idea de la escritura libre es que no interviene tanto nuestro pensamiento consciente, sino que nos liberamos de nuestras resistencias y filtros, y acabamos extrayendo todo aquello que nuestro subconsciente tiene que enseñarnos. Escribí una guía completa de cómo realizar esta práctica, pero en el fondo se limita a poner un temporizador y escribir todo lo que puedas lo más rápido posible. Es una manera genial de acabar con ese molesto editor interno, que no hace más que decirnos lo mucho que apestamos y lindezas por el estilo. Habrá mucho que no puedas utilizar del resultado, pero te aseguro que darás con un par de joyas escupidas de lo más profundo de tu memoria/entrañas/pozo-oscuro-de-lo-inconfesable.

Y nada como ese pozo para vomitar todas esas porquerías que no usarías nunca, pero que decides usar y terminas con un texto que te da como miedo y asco a la vez y te desbloquea de una forma que nunca te habían desbloqueado antes.

Ejem.

15. Haz una maratón

No me refiero a correrla, aunque el ejercicio físico también es un modo excelente de reactivar las neuronas y las endorfinas y muchas más cosas científicas y sesudas que son ideales para animarnos. Me refiero a una maratón de escritura. Cuando nos habituamos a determinadas sesiones limitadas de escritura, nos acomodamos y nos acostumbramos a escribir de determinada manera. Una maratón nos puede sacar del atolladero.

En mi experiencia, no escribes lo mismo en media hora que en cuatro

horas (y no me refiero a la cantidad, como es obvio). Digamos que ciertas puertas se abren y el resultado de la tercera hora de escritura casi sin parar es muy diferente a lo que obtienes al cabo de media hora. Entras en un estado de flow que proporciona puntos de vista nuevos, concentración absoluta y progreso acelerado. Pero es importante tener en cuenta algunas medidas para poder mantener el ritmo durante todo este tiempo. Es indispensable escribir primero un esquema de lo que vas a hacer, para marcarte el camino a seguir y no perderte (luego el camino te lo puedes saltar, pero la guía es importante), escribir sin editar, del tirón y acabar dejando algunas notas para no perder el hilo en la sesión siguiente. Tengo un artículo completo en el blog sobre cómo hacer una maratón de este tipo y más adelante en este libro encontrarás otro con las preguntas que te pueden ayudar a sacar el máximo rendimiento de tu sesión.

Las maratones debes realizarlas en lugares y con materiales que ya has probado y sabes que son ideales para este tipo de experiencia. Puedes utilizar estimulantes como la cafeína para mantener el nivel de energía y el alcohol para impulsar la creatividad. No abogo por que nadie abuse del alcohol, ni siquiera por que se emborrache. Borracho solo vas a escribir basura (aunque te parecerá basura fabulosa en su momento). El truco está en calcular qué cantidades de alcohol y cafeína necesitas para mantener un estado de impulso creativo agradable. Eso sí, todo lo que sube tiene que bajar, y al terminar seguramente estarás agotado/a. No recomiendo las maratones como una afición diaria, sino como un evento semanal, mensual o lo que sea; son una herramienta de impulso impresionante no solo para avanzar con tu texto, sino para encontrar nuevos modos de escritura y meterte de lleno en tu proceso creativo.

16. Comparte

La labor del escritor es solitaria, todos lo sabemos. Ese picar diario en la mina, sin un miserable pajarito que te prevenga de terribles peligros, ni un compañero de fatigas que te dé una palmadita en el hombro cuando das con un trozo de carbón interesante, te puede volver loco. ¿Le gustará a alguien lo que hago? ¿Acaso sirve para algo?

A veces necesitamos que nos den un poco de ánimo. Envía tu texto a alguien que siempre alaba tu escritura. No importa que sea mentira. Necesitas ese apoyo ahora mismo. Comparte un extracto en Facebook, en Wattpad, en tu blog, en cualquier sitio donde por lo menos una persona leerá lo que has creado con esas manitas fuertes, peludas y cubiertas de hollín. Muchos escribimos para comunicarnos: si no hay receptor, el proceso de creación puede ser muy frustrante.

17. Termina (y publica)

Con frecuencia el tedio no es más que nuestro propio arrastre de pies, por miedo a terminar de una vez con ese maldito texto y exponerlo a la luz de un día intransigente, cruel y crítico. Pero solo terminando, enviando a una editorial o directamente publicando nuestra obra podremos cambiar de curso, podremos empezar un nuevo proyecto.

La sensación de dar portazo a un texto es genial, y nos produce placer saber que somos capaces, que podemos conseguirlo. Pisa el acelerador, planifica horarios en tu calendario: lo que haga falta para estar más cerca del final tan temido. Lo agradecerás cuando por fin salga el libro. Durante unos minutos, por lo menos, antes de que lleguen las críticas, las liquidaciones y otros instrumentos sociales y comerciales de tortura, inseguridad y almohadas manchadas de lágrimas tristes (y hambrientas).

18. Nunca abandones (bueno, casi nunca)

Ese caminar sin meta aparente nos puede llevar a la desesperación. Cuando no vemos el final, el horizonte, el tránsito por el desierto puede ser insoportable. Para ello puede ayudar mucho marcarnos objetivos pequeños, para poder tener la sensación de que hemos conseguido algo: 30 páginas esta semana, o 5000 palabras, o dos escenas o cinco horas. Y luego, una recompensa: una salida con los amigos, unos zapatos nuevos, una cena en el sitio de curry japonés de la esquina, incluso ese viaje a Plutón que llevabais tanto tiempo planeando.

En muchos sitios web opinan que ante la desidia hay que cambiar de proyecto, salir a dar una vuelta, plantearte si esto es realmente lo que quieres. Yo no creo que sean buenas ideas. Lo de plantearte si esto es lo que quieres es algo que ya tenías que haber hecho al principio: hacerlo ahora es lo que nos pasa siempre, en ese momento tenebroso de las 30000 palabras, o del medio libro, o del relato atascado, y no es un pensamiento realista ni sano. Cambia de proyecto, sí, pero solo un rato. Ve a dar un paseo, pero vuelve. No abandones, a no ser que en una balanza el peso del despropósito (tiempo mal invertido, pocas posibilidades de éxito, aversión absoluta) sea muy superior al del tiempo perdido y tus esperanzas para esta obra. Yo diría, de hecho, que no abandones aun cuando creas que debes abandonar.

Terminar es importante.

19. Vuelve a divertirte

Manda a la mierda a tus lectores. No, en serio. Que les den. Escribe para ti. Escribe para divertirte. Coge ese texto en el que te has atascado y haz que pasen cosas. Mete algo desternillante, algo inesperado, algo que no pegue (yo siempre digo que metas una nave espacial, pero igual si escribes space opera te conviene más meter a un contable, un abogado o un plato de patatas fritas deliciosas. Imagínate a unos pobres vaqueros espaciales, aburridos de pildoritas y chorradas sintéticas, disfrutando de un plato increíble de patatas fritas. O una paella de chuparse los dedos. O tempura marinada con esencia de percebe. Lo que quieras).

Ríete de tus propios chistes.

Lo cual me lleva al último punto.

20. Crea tu ritual

Hemos hablado de cambiar de sitio, de materiales, de proceso. Todo esto es útil para encontrar aquellos medios y modos que te apasionan. Para crear un ritual.

Solemos ver la escritura como una obligación, porque hay días en los que ni lo más emocionante del mundo nos parece apetecible.

Pero podemos convertir el rato de escritura en otra cosa. En una recompensa.

Por razones prácticas no puedo hacerlo todos los días, pero para mí el ritual perfecto es sentarme en la cama con un montón de almohadones, hacerme un té negro con naranja en mi taza favorita y escribir a mano en papel de ese chulo del que hablaba antes. Y escribir todo lo que me apetezca de la forma más amena que se me ocurra. Ya no es una obligación, es algo que quiero hacer, algo especial. Fuera distracciones, fuera mundo real. Solo mi mundo inventado y yo.

Creo que este último es el mejor modo de enamorarnos de nuevo de aquello que siempre nos ha dado vida. Nos olvidamos de lo que escribir significa para nosotros. Se convierte en un trabajo, una tarea, una responsabilidad.

Y lo es.

Pero también podemos hacer que la escritura sea el mejor momento del día.

Ese es el secreto.

Quince cosas que diferencian al escritor profesional del aficionado

Todo el mundo escribe.

Alguien me comentó el otro día que tiene la terrible sospecha de que en España hay más escritores que lectores. Puede que tenga razón.

Y si todo el mundo escribe, ¿qué es lo que diferencia a un escritor profesional de un escritor aficionado?

Es una pregunta difícil, porque ¿qué es realmente un escritor profesional? ¿Existe tal cosa?

Muchos definirían a un escritor profesional como alguien que vive de lo que escribe. Podría ser un escritor de ficción, un creador de contenidos, un periodista.

Otros lo definirían como alguien que solo escribe. Es decir, no tiene otras ocupaciones laborales.

Y otros se contentarían con definir a un escritor profesional como alguien que recibe dinero por lo que escribe, aunque no sea suficiente como para vivir de ello.

Esa es otra discusión aparte (y larga). Por mi parte, he intentado dar con las claves de lo que separa a alguien que escribe por afición de alguien que escribe de manera… seria. Y no digo que no sea serio escribir por afición. Si escribes cuando puedes, porque te gusta, sin mayor aspiración, eso es fantástico también, pero tus objetivos serán muy distintos. Intento diferenciar aquí entre los que escriben simplemente porque les gusta y aquellos que escriben con aspiraciones de publicar y recibir una remuneración por su trabajo.

Por supuesto que hay escritores que no entran en ninguna de las dos categorías. Hay escritores buenos, volcados en su arte, que sin embargo no tienen ningún interés en extraer rendimiento económico de su obra. Y aficionados que no dedican apenas tiempo ni trabajo a su arte y que sin embargo intentan comercializarlo por todas las vías posibles.

No es mi intención hablar aquí de esos casos intermedios. Quiero analizar lo que diferencia a la gente que escribe por afición y la gente que pretende profesionalizarse. Tal vez mi intención es intentar demostrar todo lo que implica el duro camino del escritor que pretende vivir de lo que crea. Tal vez mi intención es solo divertirte, que pases un buen rato. Tal vez solo busco que compres mis libros. ¡Nunca lo sabrás!

Quiero dejar constancia de que los puntos que enumero a continuación son el resultado de mi percepción de los escritores profesionales que conozco, mi propia experiencia intentando cruzar el temible valle de la afición a la profesión y, sí, comentarios de escritores profesionales en internet. Estoy segura de que tú también podrás aportar más diferencias que nazcan de tu propia escritura y experiencia, y puede que haya puntos con los que no estés de acuerdo.

Pero allá vamos.

Seguro que eres capaz de adivinar la primera diferencia, porque nunca dejo de hablar de ella:

1. Hábito

Sí, así es. El escritor profesional escribe. Escribe todos los días. Y cuando no escribe corrige, piensa, adelanta estructuras, se documenta.

Hay excepciones, claro. Hay escritores que escriben dos semanas del tirón y luego se dedican a corregir durante otras dos semanas. Hay escritores que dedican un mes al año a irse muy lejos de viaje y reiniciar el cerebro. Cada persona tiene un proceso diferente. Pero lo que suelen tener todos los escritores profesionales en común es que han encontrado un sistema de trabajo que les funciona bien y lo mantienen a rajatabla.

Los escritores profesionales, al igual que cualquier otro profesional (sobre todo si trabaja desde casa), tienen una rutina, o una serie de objetivos, o un sistema, y cumplen. Tal vez en pijama, pero cumplen.

¿Qué más tiene el escritor profesional?

2. Una plataforma

Puede ser una web, un blog, un canal de Youtube, una cuenta de Twitter… pero el escritor actual que intenta profesionalizarse tiene un hogar virtual, un

punto de contacto con lectores, tanto los ya obtenidos como los potenciales.

También hay excepciones, claro. Hay escritores que consiguieron entrar en una editorial grande y que poco a poco han ido publicando y haciéndose un hueco. Pero las posibilidades de publicación a este nivel son escasas y hemos llegado a un punto en que las editoriales buscan a autores que tengan ya un seguimiento formado, ya que eso implica un mínimo de ventas aseguradas.

Todo está cambiando. Estoy viendo a autores que vivían con cierta comodidad gracias al sistema tradicional de edición y que ni siquiera tenían página web, y para ellos la situación ya no es la misma, ni de lejos. Los anticipos son más bajos, las ventas más escasas, el dinero ha menguado. Las compras cada vez están más dirigidas por el mercado presente en internet (en el Reino Unido, por ejemplo, las compras online de libros ya superan a las compras en librerías. Llevan ya varios años en las mismas en EEUU).

Los autores que ahora mismo despuntan, que se están manteniendo en el mercado, suelen tener una plataforma bien establecida y un seguimiento virtual marcado.

¿Significa esto que tienes que ir corriendo a hacerte ocho cuentas en Pinterest, LinkedIn e Instagram? No. Encuentra la plataforma en la que más se mueve tu público objetivo y concéntrate en ella. Estúdiala, observa cómo funciona y dedícale trabajo. Lo cual nos lleva a…

3. Una inversión considerable de tiempo

Esto es horrible, porque por desgracia el trabajo del escritor ya no se limita a escribir. Ahora todos tenemos que ser expertos en redes sociales, en mercadeo, en nuevas tecnologías, en edición, en diseño y en mil cosas más. El escritor se ve haciendo el trabajo del editor, del diseñador, del corrector y del departamento de promoción.

Empezar a escribir y practicar, crear un libro, dos, tres, no exige demasiado tiempo, solo dedicación. Pero lo preocupante es que para ir más allá, para profesionalizarse, uno tiene que ser una especie de humano orquesta que además de tocar todos los instrumentos del mundo tiene que saber jardinería avanzada, arqueología alienígena y cocina submarina. Tal cual.

Los escritores que conozco que viven de lo que escriben, sobre todo los de ficción (la creación de contenidos es otra historia), viven por y para escribir y todo

lo relacionado.

¿Implica esto que tienes que dejar tu trabajo (y tu vida) para ser escritor? No, claro que no. Ni se te ocurra, porque morirás de hambre. Contémplalo como un objetivo a largo plazo: deberás ir ampliando poco a poco el tiempo dedicado a todo lo «escritoril». Pero piensa que cuanto más escribas y más desarrolles todas las habilidades que necesitas, mejores serán tus productos y tu oferta, y más cerca estarás de obtener dinero a cambio, por lo que podrás ir dedicándole más tiempo.

Y hablando de malvivir…

4. Saben cuándo trabajar gratis (y cuándo no hacerlo)

Muchos profesionales de todos los sectores coinciden en que es una mala cosa el trabajar gratis. Primero, porque incita a clientes y demás a aprovecharse de tu talento y esfuerzo; segundo, porque rebaja la percepción de estos del valor de un trabajo, por lo que otros profesionales tendrán que bajar sus tarifas o incluso ofrecer los mismos servicios de forma gratuita. Y reconozco que a veces doy saltitos ridículos de frustración cuando veo a supuestos «profesionales» ofreciendo sus servicios a precios bajísimos. Entiendo que las cosas van regular y todos estamos desesperados, pero bajar tanto los precios no solo te afecta a ti, también nos afecta a todos los demás.

Pero por algún lado hay que empezar, y del mismo modo que un traductor recién salido de la facultad no cobra lo mismo que uno que lleva dieciocho años trabajando (o no debería, por lo menos), un escritor que empieza se plantea escribir gratis. Para participar en antologías, o para salir en revistas, o para colaborar con un blog que tenga difusión. Es una manera de posicionarse, de que tu nombre empiece a sonar.

Un escritor profesional, alguien que lleva años escribiendo y sabe que tiene ya una calidad contrastada, no suele aceptar propuestas de trabajo gratuito. No le compensa. En el tiempo invertido en realizar ese encargo sin remuneración, puede realizar algo con más posibilidades de venta (y que además le apetezca hacer).

Puede que, de vez en cuando, realice encargos gratuitos, si considera que merecen la pena. Pero todos los escritores deberíamos dejar de contestar correos electrónicos donde alguien nos ofrece participar en cosas que nos venden como «una gran oportunidad», cuando realmente solo nos van a ofrecer una muy escasa visibilidad, mucho trabajo y esfuerzo, y una remuneración nula.

Saber lo que vale nuestro trabajo es difícil en un mercado tan difícil y abstracto como es el literario, pero es una decisión que no solo debemos tomar, sino que debemos ir actualizando conforme mejoren nuestras habilidades y experiencia.

Y es que el escritor que sabe lo que vale…

5. Tiene una actitud profesional

Un escritor profesional no tiene problemas para decir «soy escritor» cuando le preguntan a qué se dedica.

Ya, a mí eso se me da fatal. Por eso estoy todavía en el valle de lágrimas entre la afición y el oficio.

Un escritor profesional sabe cómo tiene que enviar sus propuestas a editoriales. Sabe cómo confeccionar sinopsis y planes de trabajo. Sabe qué tono utilizar con un editor. De hecho, un escritor profesional probablemente ya conozca en persona a ese editor, porque se ha preocupado de asistir a todo tipo de encuentros para conocer a todo tipo de colegas del sector.

Y es que, como en cualquier oficio, un escritor profesional sabe la importancia de…

6. La lista de contactos

Ya habrás oído hablar del networking, ese palabro. Suena fatal, y puede serlo. Hay gente que muere de networking. A lo mejor no de forma literal, pero en mi cabeza explotan en pedacitos sangrientos muy a menudo.

¿Sabes esa persona que se te acerca en un bar, al final de un día de convención, y empieza a venderte su libro? ¿Esa persona muy interesada en que quedéis, aunque no la conoces de nada? ¿Esa persona que se empeña en seguirte a ti y a tu grupo de amigos a comer después de una conferencia, aunque no tengas ni idea de quién es y nadie la haya invitado? ¿La persona que se pide lo mismo que tú de beber y que mete tu nombre ocho veces en cada frase de diálogo porque leyó en un manual baratuno de psicología que esos trucos sirven para caer mejor a alguien? ¿Esa persona que se te acerca por la calle para darte SU TARJETA?

Sí, eso es networking. Y no lo soporto.

Esa lista de contactos que todos los escritores necesitamos no debe ser algo artificial, a la caza y captura de personas que puedan ayudarnos. Esa lista debe nacer de forma orgánica, natural, y tiene que estar llena de gente que nos encanta. Gente con quien nos divertimos. Gente a la que conocemos de tanto charlar con ellos en las redes sociales o por email, a la que vemos más de una vez en actos literarios y con quien acabamos compartiendo café (o té, en mi caso), cerveza y buenos ratos.

Cuando nos preocupamos por movernos en entornos donde se mueven otros miembros del sector, es inevitable conocer a todo tipo de personas. Tanto a los que pueden ayudarnos como aquellos a los que podemos ayudar nosotros. Y esa es tu lista de contactos. Esa es la razón por la que, cuando quieras enviar un manuscrito a una editorial, posiblemente conozcas ya a la persona con la que tienes que contactar, o por lo menos a otra persona que la conoce.

Hay un dicho por ahí (otro truco de psicología barata) que afirma que si quieres caer bien a alguien debes pedirle un favor. No sé si eso funciona. Yo solo sé que me cae mucho mejor alguien que me escribe para decirme lo que ha hecho por mí (o para proponerme algo que nos interesa a ambos) que alguien que me escribe para pedirme algo de lo que yo no obtendré beneficio alguno. Como dicen los de la ludificación, con los juegos de suma positiva ganamos todos. Si quieres hacer contactos, debes o bien obtenerlos de forma natural, o tener algo que ofrecerles, aunque solo sean palabras de ánimo o algo de atención.

En mi experiencia, los escritores de más éxito tienen relaciones de suma positiva con todos sus colegas del sector. El talento y el trabajo son importantes; la calidad es importantísima; pero tomamos decisiones constantes basadas en nuestra preferencia por una u otra persona, incluso sin darnos cuenta. Conocer y llevarse bien con compañeros del sector es fundamental.

Y recuerda: no hace falta haber nacido con grandes dones de labia y seducción. Muchas habilidades sociales pueden aprenderse. Si yo puedo superar mi timidez aparatosa (a veces), tú puedes conseguir cualquier cosa. Y gran parte de lo que conseguimos proviene de…

7. Flexibilidad y adaptabilidad

El mercado editorial está en un cambio constante. ¿Dominará el ebook? ¿Y el audiolibro? ¿Seremos todos asimilados por extraterrestres disfrazados de máquinas productoras de libros a demanda? ¿Conseguirá Amazon un monopolio

absoluto del sistema capitalista y acabaremos todos rezándole tres veces al día?

Todas estas son preguntas a las que nadie tiene la respuesta (no, a lo de los alienígenas tampoco). Y un buen profesional, se dedique a lo que se dedique, tiene que estar preparado para todo. Uno puede (y debe) tener unos principios claros y sólidos, para poder moverse alrededor de ellos con absoluta tranquilidad.

Los escritores profesionales que conozco son flexibles (mentalmente; físicamente no tanto, por aquello de pasar tanto tiempo sentados). No se agarran a determinados formatos ni se comprometen con nada para el resto de su vida. Si algo no funciona, prueban otra cosa. No pierden tiempo llorando por las esquinas.

Y es que un buen profesional…

8. No tiene miedo del fracaso

Bueno, miento. Tiene miedo, vaya si tiene miedo. Pero el fracaso lo hace más fuerte. Se queja, se lamenta, y luego prueba algo distinto. Las historias de éxito que conozco tienen muchas historias de fracaso detrás.

Muchos escritores profesionales han experimentado una cantidad de rechazos editoriales impresionantes. El aficionado abandona. Se dice que es injusto, que el mercado es terrible y que la culpa es del sistema. Y sí, el mercado es terrible y el sistema no es nada chachi, no, pero la diferencia entre un aficionado y un profesional es que el primero se rinde, abandona, lleno de odio. El profesional intenta aprender y mejorar y vencer al sistema. Y por el camino se convierte en un escritor sensacional.

Y no lo hace gracias a la pura repetición. El escritor profesional estudia, busca nuevas formas de conseguir lo que quiere. Experimenta.

El profesional intenta convertir el fracaso en aprendizaje. Y es por esto por lo que…

9. Sabe aceptar las críticas

No me refiero a las críticas injustas en Goodreads/Amazon/BookTubers de Moda tipo «odio este libro porque los capítulos son demasiado cortos y porque el autor es muy feo y porque he dormido mal esta noche y mi perro ha vomitado por la ventana». Me refiero a las opiniones y sugerencias de editores, lectores cero y otros escritores mejores que nosotros. Hablo de las opiniones de nuestro público

objetivo, de los lectores que nos interesan. Si escribes novela histórica y tus lectores opinan que en tu libro hay documentación errónea, más te vale revisar tu documentación. Si escribes erótica y tus lectores dicen que tus escenas de sexo no son creíbles, ídem. Si escribes middle-grade y alguien te dice que le gustaría ver más escenas gore en tu novela, eso lo puedes ignorar.

El escritor profesional sabe distinguir entre las críticas personales y sin sentido (escuecen, pero sabe que no son útiles) y las críticas valiosas, de las que se puede aprender. El escritor profesional las asimila y las aplica a su trabajo para hacerlo mejor. No se cruza de brazos, arruga el gesto y dice: «eso es que nadie me comprende».

Que igual es cierto y nadie te comprende, y el mundo simplemente no es capaz de concebir algo tan avanzado y revolucionario. Pero también puede ser que no.

Y para esto viene muy bien el siguiente punto.

10. Sabe escuchar a otros

El escritor profesional tiene una habilidad muy especial, que ha ido perfeccionando a lo largo de los años, para encontrar a personas que están a un nivel superior (en experiencia, talento, conocimiento, etc.) y exprimirlas al máximo. Puede tratarse de un escritor con más años a cuestas, un editor que sabe lo que hace o un corrector del que sacar todo el conocimiento posible, etc.

El profesional sabe que no hay que abusar, claro, o si no, perderá a la gallina de los huevos de oro. Pero no teme preguntar en las conferencias, aun a riesgo de quedar como tonto, ni se corta a la hora de preguntar a un corrector por correcciones que no entiende o de las que quiere aprender (de nuevo, por experiencia, por favor no os paséis con esto, que luego los que corregimos pasamos más tiempo respondiendo dudas que corrigiendo). El escritor profesional está siempre aprendiendo de otros.

También sabe que para que otros con más experiencia le echen una mano tiene que ofrecer algo a cambio, como hemos dicho en un punto anterior. Si vas a exprimirle el cerebro a un escritor, por lo menos invítalo a cenar o a un par de copas.

Sin intenciones de ligar, por favor. Que se me olvidaba. Networking tampoco es intentar hacer contactos y de paso ver si alguien

cae. Los escritores tendemos a acabar liándonos con escritores por simple inevitabilidad, proximidad y una atracción inexplicable hacia el look náufrago/vagabundo, no porque acabemos picando cada vez que alguien intenta meternos mano con la excusa de «leerte un extracto de mi novela».

Sí, sí, ríete todo lo que quieras. Pero pasa.

Y hablando de leer…

11. El profesional lee, lee mucho

No solo lee a escritores a los que se quiere parecer. El profesional lee sobre técnicas de escritura, lee sobre todo aquello que necesita para documentarse para su novela, lee todo lo que puede y más. De hecho, es probable que las ganas de escribir le nacieran con la lectura.

Algunos escritores aficionados no leen. Los hay que dicen que es porque quieren que su voz sea única, no influida por otros. Algunos tienen la curiosa noción de que no les hace falta leer porque su escritura es mucho mejor que cualquier otra cosa publicada.

Como podrás imaginar, esa actitud no los llevará lejos. Nuestra voz, esa voz única, nace de una confluencia de voces, de experiencias, de entornos. Y leer a los grandes es la mejor manera de asimilar patrones interesantes, de aprender a evitar determinados errores, de saber hacer las cosas bien.

Pero el profesional no se limita a leer libros de su género o sector. Sabe que las mejores ideas llegan del cruce entre cosas opuestas, diferentes. La inspiración, cuando viene, lo pilla trabajando y a raíz de alguna conexión de lo más curiosa entre lecturas y elementos de su experiencia y entorno.

La lectura también nos convierte en mejores jueces de nuestro trabajo. Lo cual ayuda al profesional, ya que…

12. Es también editor

El escritor aficionado escribe, suelta su torrente de palabras y queda satisfecho. El escritor profesional sabe que el primer borrador suele ser malo. Reescribe, corrige, edita. Manipula, destroza, reconstruye el texto.

El escritor profesional no tiene clemencia con su obra. La ama y por ello

sabe que debe hacer lo mejor para ella, aunque eso signifique dejarla casi irreconocible.

El escritor profesional edita hasta el agotamiento, pero sabe que debe parar en algún momento. No permite que su perfeccionismo lo domine y le dé una excusa para no mostrar su obra al mundo.

13. No solo escribe: escribe muchísimo

Para progresar y para ingresar hay que escribir una cantidad obscena de palabras.

Esta afirmación no es válida al 100%, lo sé, pero yo diría que sí al 90%.

Claro que hay autores que parecen dar el bombazo con un solo libro. Pero ese solo libro es el resultado de muchos libros que se han quedado en el cajón o que fueron rechazados por editoriales. Incluso los libros más horribles que son superventas se han convertido en superventas porque el autor ha reconocido un deseo, una necesidad de su público, y ha sabido crear una historia atractiva. Las formas pueden fallar, pero esa sola es una habilidad, increíblemente valiosa, que rara vez es innata. Escribir mucho suele implicar aprendizaje.

Y los escritores que conozco que viven de lo que escriben lo consiguen porque tienen una lista larga de publicaciones acumuladas. Cada vez escriben mejor y cada vez dan con mejores oportunidades. Sus lectores gustan de lo que escriben y tienen muchos más títulos entre los que elegir y comprar.

Solo escribir mucho no te dará de comer, claro. Hay muchísimos más factores, como los incluidos en este artículo. Hay quien solo escribe y escribe, sin ningún interés por mejorar lo que produce. Pero creo que es importante un ritmo alto de producción para poder tener alguna oportunidad de conseguirlo. Y el escritor profesional, al escribir mucho, puede ofrecer productos de una calidad cada vez mayor.

Y para ello hace falta un alto índice de…

14. Paciencia

A diferencia de otros sectores, donde es posible cierto progreso y avance, la escritura está llena de incógnitas. ¿Llegaré algún día a vivir de esto o acabaré viviendo debajo de un puente? ¿Gustará mi próximo libro o me lanzarán a la fosa

de pinchos que pinchan mucho? ¿Me mirará alguien mal si cojo ese sándwich a medio comer que acaban de tirar a la papelera? Son todas preguntas que reconocerás como tuyas, ¡estoy segura!

Luchamos contra gigantes, es cierto. No tenemos ninguna garantía de que tantísimas horas de esfuerzo sirvan de algo. El escritor profesional sabe que el fracaso de hoy puede significar un éxito mañana, y que el éxito de ayer puede ser el fracaso del mes que viene. Y, pase lo que pase, a todos nos quedan muchas muchas horas de rodaje.

Por eso, el escritor profesional no solo tiene un baúl sin fondo en el ático repletito de paciencia, sino que…

15. Está hecho de adamantio

Ni el fracaso, ni el rechazo ni el hambre pueden con el escritor profesional. Si no puede vivir de lo que escribe, intenta conseguirlo con otras cosas relacionadas con lo literario, o escribe cosas que nunca se habría imaginado escribir (las increíbles prestaciones de un Honda Civic; las ventajas de niños que crecen rodeados de mascotas; las dieciocho entradas de audio de una placa base hecha exclusivamente de miga de pan, etc.). El escritor profesional juzga por resultados, no por toda la porquería que le ocurre durante el proceso. Mira, analiza, aprende y lo intenta de nuevo.

Y es que, al final, el escritor profesional es un obsesivo.

Lo único que quiere es escribir.

Escribir en el siglo XXI es una boñiga

¿Te imaginas cómo sería tener un coach de esos, un asesor moderno, que además tradujera a Chaucer?

Mark McGuinness es así: escribe y traduce poesía, es asesor de gente creativa y tiene un podcast (The 21st Century Creative) que es maravilloso. Podría tirarme horas y horas solo escuchando su voz. La tiene entrenada para esto y se nota.

En el último episodio que escuché, Mark arrancó citando a Dickens, con su voz grave, rítmica y contundente:

It was the best of times, it was the worst of times.

En Historia de dos ciudades, Dickens hablaba de las tribulaciones de otra época: era el mejor de los tiempos, era el peor de los tiempos. Y Mark pensó, como pensamos muchos, que podría decirse lo mismo del siglo XXI. Sobre todo si eres artista en el siglo XXI.

Ser artista en este siglo es duro. Ya sabes: ¡capitalismo! ¡Pérdida del valor del objeto artístico! ¡Nativos digitales que no saben ni escribir su nombre a mano! ¡Facebook, Twitter, Whatsapp, distracciones! ¡Amazon quiere cargarse el mercado editorial! ¡Hay exceso de oferta, cobramos un porcentaje mísero y encima tenemos que competir con Netflix! ¡Etc., etc., etc!

Mark decía que estaba traduciendo un poema de Chaucer, Troilo y Criseida, del inglés medieval al inglés contemporáneo. Sentía cierta envidia. ¡Chaucer no vivía en una época de sobrestímulo! Podía dedicarse a lo realmente importante: escribir.

Porque antes eso era lo que hacían los escritores, ¿verdad? Nada de esta tontería del marketing, de social media y demás. Escribir y punto.

Chaucer (el de los Cuentos de Canterbury, sí) escribía. Pero no vivía de escribir. No, escribió Troilo y Criseida, un poema gigantesco, constreñido por la métrica de su tiempo, como actividad secundaria, porque él trabajaba como funcionario, como una suerte de gestor de aduanas, en el puerto de Londres. Se le

permitía vivir en una torre sobre Aldgate, una de las puertas de acceso a la ciudad. La torre no estaba pensada para ser cómoda y habitable, sino más bien para uso militar. Apenas tenía unas ventanitas estrechas —sin cristal, claro—, por donde se debía de colar el aire que daba gusto.

Chaucer no tenía mucho tiempo para escribir, pero cuando escribía debía hacerlo apenas iluminado por alguna vela, pasando un frío bestial en invierno y oliendo el delicioso hedor de los desechos de la ciudad (lo peor del alcantarillado —o lo que fuera aquello— pasaba justo al ladito de su casa). Y no hablemos ya del ruido y bullicio constante de gente entrando y saliendo (entre los que se incluyeron todos los miembros de la Revuelta de los Campesinos de 1381).

Desde esa perspectiva, McGuinness asegura que ya no envidia, para nada, al señor Chaucer.

También dijo una frase que me voy a tatuar en los nudillos (para verla cada vez que me siente delante del ordenador):

Time you spend complaining is time you're not creating.

El tiempo que pasas quejándote es tiempo que no estás dedicando a crear.

Tampoco digo que no haya que quejarse nunca. Tampoco tenemos que cruzarnos de brazos: hay que actuar ante lo que no nos gusta, ser nosotros el motor del cambio que queremos. Pero ¿quejarse sin hacer nada más? Eso no sirve de nada.

Que me lo digan a mí y a Mark.

Y a Chaucer, claro.

Aunque hay algo que Mark no tuvo en cuenta. Desde 1374, Chaucer recibió del rey un estipendio muy estupendo: un galón de vino diario.

Por lo menos, entre el frío, la peste y la amenaza constante de violencia, a Chaucer nunca le faltó su copita de tinto.

Ahora que lo pienso, seguramente fuera vino inglés.

Ay, pobre, pobre Chaucer.

Disciplina y productividad

¿Cómo venzo a los demonios de la pereza, la inseguridad, el tiempo y la procrastinación?

¿Es necesario escribir todos los días?

No solemos preguntarnos si un pianista profesional tiene que tocar a diario el piano o si un nadador olímpico tiene que nadar todos los días. Supongo que, una vez más, juzgamos la escritura con lupas y filtros distintos.

¿Es necesario escribir todos los días?

Detrás de una pregunta que parece tan inocente hay una respuesta cargada, como arma que lleva un diablo sevillano.

Es que la pregunta esta (cargada, recargada, recargadísima como un retablo manierista o un poema quinceañero) nos lleva a otras dos preguntas:

¿Qué englobamos dentro de la palabra escribir? ¿Simplemente soltar palabras, reescribir, corregir, revisar, planificar…? Si un día escribo y al día siguiente corrijo lo escrito, ¿he escrito un día o dos días?

¿Qué más da cuándo escribes y con qué periodicidad? ¿Acaso no es lo mismo escribir en un día 7000 palabras, y luego no escribir en una semana, que escribir 1000 palabras cada día durante una semana?

No creo que haya una respuesta clara y universal a estas preguntas, pero como este es mi libro y me lo fo… traji… for… tir… le hago el amor tiernamente como quiero, hoy he venido a dar mi opinión. Lo cual no quita, claro, que esa opinión esté basada en una larga experiencia personal, y en un estudio muy cotilla de los métodos y sistemas de otros escritores, además de un interés exacerbado (y algo enfermizo) por todo tipo de escritos sobre ciencia del comportamiento.

También hay que tener en consideración que cada persona es un mundo y tendrá su propia experiencia y opinión, y en realidad no es necesario que me tire usted esa piedra, caballero, que duele.

Así que, si bien no tengo la verdad universal, puede que tenga un poquito más de vista que alguien que acaba de empezar a escribir, o que el charcutero de la esquina, por mucho que te mire con amabilidad y siempre te sirva los cachos buenos del jamón, sí, esos oscuritos a cuchillo que gritan tu nombre en varios idiomas.

Al grano, Gabriella, ¿debo escribir todos los días o no?

Yo creo, muy personal y humildemente, que sí es necesario escribir a diario. Por lo menos, si quieres escribir mejor, dedicarte a la escritura con cierta entrega (no como puro disfrute, afición, *hobby* o para ligar más). Espero poder expresar bien y de manera coherente cómo he llegado a esta conclusión.

Como a lo mejor ya sabes, hace unos años me planteé tomarme esto de la escritura muy en serio, como las fotos esas de solapa de autores donde no miran a cámara y parecen muy ocupados con la planificación mental de su novela. Leía un montón sobre hábitos y sobre cómo ayudaban a modificar nuestro comportamiento para poder conseguir una serie de objetivos. En concreto, había una serie de objetivos que yo era incapaz de conseguir mediante mera fuerza de voluntad. Uno de ellos era profesionalizarme como escritora, con todo aquello de publicar, que me leyeran y recibir algún dinero por ello, etc. Yo tenía problemas de disciplina, productividad y una pequeña dosis de inseguridad. Quien dice pequeña dice mediana, y quien dice mediana dice grande, y quien dice grande dice tamaño tractor-que-en-realidad-es-un-planeta.

Me propuse escribir un mínimo de doscientas palabras de ficción a diario. Y lo hice, durante más de tres años.

Luego se me formó un embudo terrible de borradores, de ficción sin corregir, y fui consciente de que ya no podía mantener ese hábito, que necesitaba dedicar ese tiempo también a reescritura, revisión y corrección. Para entonces, ya daba un poco igual: yo ya era escritora, mi trabajo diario era trabajar con mis textos, ya fuera con escritura pura y dura o con otras actividades relacionadas.

Hasta ahí, todo bien. Hasta el día en que, después de un par de semanas de solo corregir, planificar y hacer otras cosas, me di cuenta de que había perdido soltura. Que mi escritura estaba en retroceso. Todos los días escribía algo en algún sitio, pero no es lo mismo escribir en un blog que escribir ficción, si bien estas dos prácticas se complementan y ayudan.

Pensé en algo que ya había leído por ahí, pero que no terminaba de creerme: la escritura es una práctica, y como tal, necesita ejercicio constante. Vuelvo a lo del nadador y a lo del pianista: no terminas de perder todo lo aprendido, claro, pero tus habilidades se oxidan, necesitan de repetición y progreso continuo. Y la habilidad creativa de escribir es única: no usas las mismas partes de tu cerebro que para corregir o planificar. Lo único que, en mi opinión, se asemeja, es la reescritura, donde las modificaciones que realizamos sobre el texto son lo bastante grandes como para llegar a ser, a su manera, nuevas escrituras. Isaac Belmar amplía bastante este tema en su blog.

Resume, por favor

Todo esto se reduce, a su vez, a dos cuestiones importantes:

La escritura diaria es la mejor manera de crear el hábito de escribir, si llevas poco escribiendo o te falta constancia.

A la vez, la escritura diaria es la mejor manera de ejercitar nuestra habilidad. No: no es lo mismo 7000 palabras de maratón que 1000 palabras diarias. La maratón es interesante porque te lleva a sitios que una media hora diaria no te va a llevar, y siempre la recomiendo. Pero esas palabras extra no deben sustituir al trabajo periódico.

Ya que nos hemos quitado toda esta parte de encima, tal vez tu pregunta sea: ¿es la escritura diaria para mí? Yo diría que sí, que es para ti y para todo el mundo (incluso para los no escritores: tener un diario o un log tiene también una función terapéutica y creativa fuera del ámbito del autor). Y que si quieres escribir en serio, es la mejor manera de empezar. Intenta, por lo menos, hacerlo unos meses, y luego ya decides. Te aseguro que merece muchísimo la pena.

No, no es fácil. Pero sí que hay maneras de hacerlo bastante más sencillo. Y aquí estoy yo para intentar contestar dudas y preguntas existenciales.

No a todas. Sigo sin saber a qué huelen las bufandas. O cómo consigue la gente ese pelo Hollywood bonico que es medio liso medio atirabuzonado, cuando el 90% de los peluqueros que conozco no es capaz de hacerme un corte que no parezca un bol de cereales. Pero de escritura a lo mejor sí puedo aportar un poquito.

Cómo conseguir eso de escribir todos los días

Parece una tontería eso de sentarse a crear cada veinticuatro horas, pero cualquiera que lo haya intentado sabe que no es así. Los niños, el curro, la dieta, el cartero, la inundación en el garaje, los perros, ese trato con Satán del que Telefónica se niega a liberarte… Todo se confabula en tu contra.

Mi herramienta favorita, como ya he dicho antes, es el hábito.

Hay miles (decenas de miles, ¡millones!) de artículos sobre implementación de hábitos, y muchos están llenos de conocimiento superficial. Sale hasta en los anuncios de la tele: haz algo todos los días, durante 21 días. Ese es un buen comienzo, pero, como todas las cosas realmente interesantes, no es tan sencillo.

Para empezar, 21 días no es suficiente para implementar la mayoría de los hábitos (máxime si se trata de un hábito con el que no has lidiado antes). Esa idea proviene de una mala interpretación de un concepto del cirujano Maxwell Maltz, que analizaba el tiempo en que personas que habían experimentado determinadas intervenciones quirúrgicas tardaban en aprender a desenvolverse con su nuevo aspecto, falta de extremidad, etc.

Estudios mucho más recientes apuntan a que el tiempo que se tarda en adquirir un hábito (para que este se vuelva automático) depende del hábito en sí, de la persona, y de mil factores más, como el detonante y la recompensa. De todo eso hablaremos ahora, pero basta decir, para empezar, que la media de tiempo de implementación de un hábito podría rondar los 66 días. ¡Más de dos meses!

Así que ahora he vuelto a implementar mi hábito de escritura diaria, pero lo he hecho de manera diferente. Por ejemplo, ya no mido por palabras (que son más difíciles de calcular con la reescritura), sino por tiempo. Y la medida de tiempo es progresiva. En realidad da igual que elijas una cosa u otra, siempre que cumplas las demás condiciones para una implementación eficiente.

Veamos en qué consiste todo esto.

Cómo implementar el hábito de la escritura

Es muy largo narrar por aquí todo el sistema recomendado y eficiente de implementación de hábitos. El comportamiento humano es un mundo casi infinito de complejidad apabullante, así que voy a limitarme, por ahora, a una serie de puntos básicos para integrar el hábito de la escritura a nuestra vida cotidiana.

¿Quieres escribir todos los días? Apúntate esto:

El hábito debe ser único: implementa solo uno a la vez. Cada hábito tiene sus métodos y maniobras. No es lo mismo un hábito simple como escribir a diario que la implementación de un hábito con múltiples factores, detonantes y efectos muy específicos en el cerebro, como es dejar de fumar. Lo importante es que si decides implementar el hábito de la escritura, convendría esperar por lo menos seis semanas antes de intentar ponerte a implementar otro hábito más. Recuerda: la multitarea no es tu amiga.

El hábito debe empezar siendo ridículamente fácil. Por ejemplo, puedes empezar con cinco minutos de escritura e ir añadiendo cinco minutos más cada semana. En caso de fallar un día, hay que volver a la cantidad de tiempo de la semana anterior (si una semana te toca escribir quince minutos y fallas un día, deberás pasar otra semana escribiendo solo diez minutos). También puedes empezar con 50 palabras, subir a 100, 150… y así.

El hábito deberá realizarse a diario (findes y festivos incluidos), siempre a la misma hora. O, por lo menos, en el mismo punto de tu rutina. Por ejemplo: si decides que escribirás justo después de almorzar, lo importante no es que escribas a las dos de la tarde, sino justo después de almorzar (a la hora que sea), porque este es tu detonante. Lo que nos lleva al siguiente punto:

El hábito debe disponer de un detonante o pie (cue) y de una recompensa (reward). Esta es la parte más complicada, porque puede ser difícil encontrar el detonante: ese momento idóneo del día, el momento que te impulsa a realizar el hábito (recomiendo cualquier cosa que ya esté bien metida en tu rutina) y la recompensa por su realización. Incluso puede que al cabo de unos días te des cuenta de que tu detonante no funciona y que necesitas cambiarlo. Hazlo: un buen detonante es la mitad de la batalla ganada. Puedes encontrar información más avanzada sobre factores relevantes y cómo identificarlos en este artículo fabuloso de Charles Duhigg (y en su libro, El poder de los hábitos).

Para explicar todo esto mejor, ofrezco ejemplos. Vamos a empezar con cosas simples. Cuando seas un supermaestro de los hábitos podrás utilizar detonantes complejos y recompensas adaptadas y todo eso, pero por ahora vamos a lo básico. Piensa en algo que hagas TODOS LOS DÍAS (findes incluidos). Por ejemplo, despertarte. Tu detonante podría ser el momento en que sales de la cama. Tu recompensa podría ser el primer café o té de la mañana. Así de sencillo: te despiertas, escribes cinco minutos y luego (o mientras) te tomas tu café.

Otra opción como detonante, que la mayoría de la gente hace a diario a una

hora fija, es cepillarse los dientes. Desayunas, te cepillas los dientes, escribes y luego te permites diez minutos de Facebook (si eres capaz de pasarte solo diez minutos en Facebook, claro).

No es recomendable, como es lógico, utilizar recompensas que a su vez sean hábitos de los que más adelante te quieres deshacer. Si quieres perder peso, no te recompenses con una galleta; si quieres beber menos, no te recompenses con alcohol; si quieres pasar menos tiempo en redes sociales, no te recompenses con Twitter. Si quieres escribir, no te recompenses con algo que impida tu progreso en otros ámbitos de tu vida.

Lo importante es analizar tus rutinas y ver qué detonantes te sirven y qué recompensas te estimulan. Cada persona funciona de forma diferente: para algunas personas la simple satisfacción de haber escrito es suficiente, otras necesitarán otro tipo de refuerzo. No tengas miedo de probar diferentes opciones hasta dar con algo que funcione.

Probablemente esta sea la parte más importante de la creación del hábito, ya que nos permite «reconfigurar» nuestras asociaciones mentales, hasta que el hábito no sea solo automático, sino que el cerebro lo busque como si fuera una adicción.

Apunto también que en vez de una recompensa puede utilizarse un refuerzo negativo (un castigo) si no se realiza dicho hábito. Cada persona responde a estímulos diferentes de manera distinta: yo funciono mejor con refuerzo positivo.

Uno debe rendir cuentas de su progreso con el hábito. Con frecuencia leo a gente que se queja de esos escritores que todos los días comparten cuántas palabras han escrito. Sí, para los demás puede parecer insustancial y pesado, pero no se dan cuenta de que forma parte de un refuerzo inconsciente. Si compartimos nuestro progreso con otros, estamos adquiriendo una obligación (tenemos que seguir, para no quedar mal) y a la vez estamos obteniendo más refuerzo positivo (si esas personas nos dan likes, enhorabuenas o lo que sea).

Vas a fallar y no pasa nada

Fallar un día en todo este proceso no es importante, pero procura no fallar dos seguidos. Es difícil regresar, difícil empezar de nuevo. Pero incluso si te caes por completo, no tengas miedo de analizar por qué e intentarlo otra vez. Es un símil excelente para lo que es, en general, el proceso de la escritura.

Hay una escena de La La Land que me irrita, lo reconozco. Bueno, la

película entera me irrita, pero eso ya es cosa mía. A lo mejor a ti te gusta mucho. Por lo visto le han dado óscars y además tiene un editor musical muy majo que es de Graná.

La prota de La La Land se lía la manta a la cabeza y monta su propio espectáculo, ¡persigue su sueño! Pero la cosa no sale como esperaba y, descorazonada, decide rendirse. Otro día hablamos de cómo esa creación indie le sirve para que la gran industria tradicional se fije en ella, no para revolucionar a la industria, pero eh, lo dicho… otro día. Calma, no estoy colando ningún gran spoiler.

Pobrecica. Invierte toda su ilusión y pasión en crear algo que fracasa.

Me daría hasta pena si no fuera porque cada vez que sacas un cuento, un libro, un guion, sabes que te la estás jugando. Que hay un 99,9% de posibilidades de que la cosa no salga como esperabas. Qué fácil ver en una película momentos puntuales de angustia, riesgo y decepción, cuando en la vida real eso llena la gran mayoría de todo. Y al final solo te toca repetir el estreno, reiniciar la obra, volver a probar, porque es parte del proceso y del aprendizaje.

Escribes, publicas y sigues escribiendo. Fracasas y te vuelves a levantar, porque, entre otras mil razones, todavía no eres lo bastante bueno. Escribes, publicas y sigues escribiendo.

Y a veces te preguntan que si hace falta escribir todos los días.

Once excusas para no escribir (y cómo demolerlas)

Encontramos las razones más extraordinarias para evitar hacer algo.

Por ejemplo, nos podemos atar tanto a nuestras manías y rituales que nos decimos que sin ellos no podemos trabajar: olvidamos que son herramientas, no razones. Nos mentimos.

Es más fácil decir que no tienes el despacho perfecto que decir que no te apetece, que te da miedo, que estás cansado/a y que no ves futuro para este laberinto de dieciocho mil salidas en falso en que te has metido por mucho que tu madre te pregunte por qué. Por qué, hija, por qué.

(Gracias, a todo esto, mamá, por nunca hacer esa pregunta en alto).

Yolanda González Mesa se enfrenta a esto en un artículo llamado No uses la falta de espacio como excusa.

Pero hay muchas otras cosas que usamos como excusa. Mi bandeja de correo y mi memoria están llenas de personas que me cuentan, semana tras semana, por qué lo tienen tan difícil para escribir.

Eh, yo no voy a juzgar a nadie. En muchos sentidos, lo tengo más fácil que otras personas. Y muchas de esas «excusas» que damos son excusas reales, razones de imposibilidad, de peso muy pesado.

Algunas excusas son perfectamente válidas. «Mi pelo ha tomado conciencia de sí mismo y me he levantado que parezco el tipo ese de Hellraiser» es una de mis favoritas.

Muchas otras veces no lo son. Y la falta de sinceridad que tenemos para con nosotros mismos (sí, claro que me incluyo) nunca deja de sorprenderme.

He enumerado las once excusas que creo que son más comunes, las que más escucho, y ofrezco algunas sugerencias para analizar si son excusas reales o falsas, para intentar demolerlas de una vez por todas.

Empezamos con aquella que inspiró este artículo: la falta de un espacio

adecuado.

Excusa número 1: No tengo espacio

Podría dar aquí una lista larga de autores que escribieron obras maestras en condiciones menos que ideales. Aquel rinconcito donde Stephen King aporreaba su máquina de escribir. Las cafeterías donde Rowling escribió Harry Potter. <Inserte su historia de escritor triste aquí>.

Ciertas condiciones y entornos pueden ayudarte a escribir, pueden ayudarte a concentrarte, a entrar en ese siempre bienvenido flow. Pero prueba un día a escribir en otro sitio completamente diferente. Puede que te cueste más, puede incluso que se resienta la calidad de tu texto, pero escribes. Las palabras se ponen una tras otra, que es, al fin, de lo que se trata. Ya lo dijo Margaret Atwood: Una palabra tras una palabra tras una palabra es poder.

Si vas a crear, crearás en cualquier sitio. No se trata, como creen muchos, solo de ese impulso vital, de la llamada de la musa. Es la disciplina de sentarte (o tumbarte o quedarte de pie) en el lugar más insospechado, ignorar todo lo demás y crear mundos. Haz caso a Bukowski: ya puedes tener toda la luz, aire, espacio y tiempo del mundo, no sirve de nada si lo único que haces es buscar nuevas excusas.

Y, hablando de tiempo…

Excusa número 2: No tengo tiempo

Esta es, a mi juicio, la excusa más válida. Es verdad, puede no haber tiempo. El día solo tiene veinticuatro horas. Si trabajas, si tienes una familia de la que cuidar, si todas tus prioridades —todo aquello que necesitas hacer para sobrevivir— se adelantan y te roban las horas, no hay nada que puedas hacer.

Me siento incómoda cuando alguien dice: «no digas que no tienes tiempo, haz tiempo». Esa es una frase de persona que tiene la vida resuelta. Todos los que escribimos hemos tenido semanas de esas casi sin dormir, trabajando en algo que no es nuestra escritura con la esperanza de llegar a fin de mes. Hemos exprimido como hemos podido cinco malditos minutos, cinco malditos minutos que hemos robado al desayuno, a la ducha, al sueño, para garabatear unas palabras. A veces, sí, es cierto que no hay tiempo. Físicamente.

Pero no siempre es así. Para muchos es una excusa muy frecuente y muy

muy embustera.

¿No tienes tiempo para escribir y tienes tiempo de entrar en Facebook, de enfadarte con alguien en Twitter, de enviar 118 mensajes seguidos de Whatsapp (no sé si he contado que creo que los grupos de Whatsapp están basados en algún que otro pasaje del apartado del Infierno de La divina comedia de Dante)?

Para empezar, solo necesitas cinco minutos. Prueba a crearte el hábito, a escribir cinco minutos todos los días durante un mes. Luego súbelo a diez. A los noventa días, súbelo a quince. Roba segundos a los minutos, minutos a las horas, aumentando al máximo tu productividad. No esperes al día perfecto donde podrás sentarte a escribir durante horas, porque es muy posible que ese día no llegue.

Cuídate del «hoy no hay tiempo», del «ya escribiré mañana». Porque hoy ya es mañana y, antes de que te des cuenta, fue ayer.

Excusa número 3: No consigo concentrarme

Esta es complicada, porque puede deberse a muchos factores. Y depende de tus circunstancias personales y de aquello que te distrae.

Cuando escribas, desconecta internet. Apaga el router o usa alguna aplicación de bloqueo. También hay editores de texto minimalistas que solo te permiten trabajar a pantalla completa. Necesitas un enfoque completo, y para esto nada hay tan recomendable como la técnica pomodoro. Para quienes no estén ya hartos de leer sobre esa técnica en este libro, resumo: trabajas 25 minutos y descansas 5 minutos. Pero cada 25 minutos de trabajo deben ser completamente monotarea. No puedes salir de lo que estés haciendo. Puedes usar Moosti o Pomodoro-Tracker como temporizadores, pero cada vez hay más aplicaciones para ello. Hasta puedes comprar temporizadores físicos. No recomiendo que pongas alarma en el móvil, a no ser que hayas quitado también la conexión a internet de tu smartphone.

Si no te gustan los pomodoros, tengo un artículo con 68 opciones más.

Ten en cuenta también que cada persona necesita una cantidad de tiempo diferente para concentrarse (al cerebro le lleva un tiempo cambiar de tarea y volver a alcanzar un nivel de enfoque óptimo, por esto es tan pernicioso hacer varias cosas a la vez). Experimenta, analiza, apunta. Algunas personas se concentran mejor en periodos largos, pero lo bonito del pomodoro es que vence a la

resistencia, porque sabes que trabajar durante 25 minutos realmente no es difícil.

Recuerdo que leí en la web de alguna universidad de prestigio estadounidense que se recomendaba a los alumnos de doctorado que escribieran 90 minutos al día (sin incluir correcciones, investigación, etc.: solo escribir). Parece ser que es la cantidad de tiempo ideal para entrar en un estado de flujo y producir una cantidad encomiable de texto. Si el tiempo no es tu problema, sino la concentración, prueba con esta solución y, de nuevo, analiza los resultados.

Acuérdate de apartar ese tiempo solo para ti (preferiblemente siempre a la misma hora del día). Explica a tus amigos y familiares que es importante. Que los quieres mucho, pero que una simple interrupción puede echar por la borda una buena sesión de trabajo. Cierra la puerta y coloca un cartel de «No molestar», si hace falta. Ponte auriculares con música o con ruido blanco. Lo que sea necesario.

Y duerme tus horas. Haz algo de ejercicio y come ligero. Nada afecta tanto a la concentración como el sueño, el dolor de espalda o una digestión pesada.

Fácil de decir, pero no tanto de hacer, lo sé.

Excusa número 4: No tengo talento

También conocido como «no sirvo para esto», «qué estoy haciendo con mi vida» y «doy vergüenza ajena».

¿Te crees que los escritores nacen sabiendo escribir? ¿Que la musa los bendice con su mano mágica y de repente son Shakespeare, Cervantes o Pitbull?

No, no. Hay que trabajar muchísimo para escribir letras tan elevadas como estas (las tildes y comas las he colocado yo):

Bon bon bon bon, yo quiero estar contigo.
Bon bon bon bon, tú quieres estar conmigo.
Bon bon bon bon, dale, cosa rica.
Bon bon bon bon, trae tu amiguita.

O no. Pero míralo por el lado positivo: si este señor puede arrasar con sus ritmos calentorros, estoy muy segura de que tú, sí, tú, tienes algo de provecho que dar a la humanidad. Por lo menos más que Pitbull.

Escribir no es una habilidad innata. Por supuesto que a algunas personas se

les da mejor que a otras, y a algunas de entrada se les da escandalosamente mejor, pero eso no quita que el trabajo sea necesario. Con un trabajo consciente e inteligente, es imposible no mejorar, no producir algo digno. Lo que necesitas es tiempo, constancia y muchas ganas de aprender.

Mira ahora esta letra:

You went back to what you knew
So far removed from all that we went through
And I tread a troubled track
My odds are stacked
I'll go back to black

(Traducción mía muy libre: Volviste a lo que conocías / Tan alejado de todo lo que vivimos / Y yo recorro un camino accidentado / Ya está mi suerte echada / Regresaré al negro).

Pertenece también a un clásico de la música pop: Back to Black, de Amy Winehouse. No va a ganar ningún premio por la mejor letra del mundo, pero es bastante decente (sobre todo con su voz escalofriante y la nostalgia de lo que dejó atrás, y el juego de negro como depresión, luto o el color negro de la ruleta). Algo que descubrí hace poco viendo un documental sobre Winehouse fue que iba a todas partes con lápiz y papel, que escribía letras de manera constante. Es muy probable que en los últimos años de su vida esta costumbre se resintiera debido a sus múltiples adicciones, pero es algo que muchos de los que la conocían comentan: siempre escribía. Tenía una voz de talento, eso es innegable, pero yo diría que no era una poeta excepcional, por lo menos no en principio. Creo que supo convertirse en una letrista digna por esa práctica constante; su trabajo también nos recuerda que no hace falta escribir de manera barroca y recargada para comunicar un mensaje emotivo con eficiencia.

Y no, no es necesario ponerse hasta el culo de drogas y alcohol para escribir, aunque siempre hay alguien que aboga por ello. Aparte del efecto alucinógeno de algunas drogas, utilizamos ciertas sustancias porque nos hacen perder el miedo. No sé si es que enaltecen nuestra creatividad o si la creatividad saca la cabecita del escondite porque ya no está el bloqueo de siempre. Con esto lo que quiero decir es que la falta de vergüenza y una energía a tope pueden ser relativamente útiles para escribir (pero, de nuevo, no me hagas un Amy. Te quiero vivito y coleando más allá de los 27).

Lo de la vergüenza y el miedo está también relacionado con esto:

Excusa número 5: Me van a poner verde

Sí, y azul y amarillo y octarino. Van a insultarte. Te van a mandar emails no solicitados contándote todo lo que está mal con tu libro. Te van a preguntar si eres consciente de la montaña apestosa de porquería que has creado. No son escritores, pero querrán enseñarte a escribir. Por alguna razón que nunca comprenderás, la experiencia que han tenido con tu libro los ha irritado más que si hubieras entrado en su casa sin llamar y le hubieras tirado sirope caliente encima a su abuela. Para luego quitárselo a lametones.

Y lo peor es que muchas veces todo esto lo harán tus seguidores, tus fans. Aquellos que con tu último libro te besaban los pies. No hay nada tan caprichoso como un lector. Y no hay nada tan terrible como un lector que se siente traicionado.

Pero ¿sabes lo que ocurre? Que, por lo menos en lo que a tu texto se refiere, tienen todo el derecho del mundo a opinar, aunque sea mal.

La lectura es subjetiva. Puedes escribir el mejor libro del universo y alguien lo odiará. Habrá una señora gruñona en Venus que mirará el retrato de la solapa de tu libro y te escupirá moco maloliente a través de sus veinte orificios.

Puedes escribir el peor libro del mundo y alguien lo amará. Tal vez hasta se convierta en superventas.

Editores y autores: a no ser que un lector diga algo realmente peligroso e incierto sobre vuestra persona o libro (algo del estilo: «sé de buena tinta que este autor es cienciólogo y que escribió este libro por encargo del hijo bastardo de Tom Cruise y John Travolta»), por favor, dejad de contestar a reseñas y comentarios. Sé que duele, lo sé. Pero estáis condicionando a vuestros lectores. Si saben que de abrir la boca saltaréis, no pueden expresar una opinión sincera.

Lector: por mucha pupa que me hagas, defenderé tu derecho a poner verde mi libro. No voy a defender tu derecho a insultarme a mí directamente, claro, pero también sé que ese es un daño colateral que tengo que aprender a enfrentar.

Porque ya no es mi libro. Es tuyo. Tú lo has leído. Tú has sentido cosas con ese texto. ¿Por qué pagar contigo algo que es solo de tu incumbencia? La mitad de las críticas negativas que recibiré serán por mi culpa; la otra mitad serán por problemas y rollos extraños y más problemas tuyos, lector. Yo no puedo satisfacer

a todo el mundo.

Así que hazlo lo mejor que puedas, lo mejor que sepas, y disfrútalo. Escribe aquello que te habría gustado leer. Y luego, libera. Deja volar. Sé fuerte. Te van a poner a parir hagas lo que hagas. ¿Pero no es mejor eso que ser invisible, permanecer a escondidas, no mostrar nunca lo que hagas? Del feedback negativo es del que más se aprende.

(Lo cual no implica que me haga p**a gracia, ojo).

Y es que esa es otra: haz caso solo a las primeras reseñas malas, fíjate en lo que se repite. Nadie te obliga a leer los mismos asaltos a mano armada una y otra vez. Léelas al principio, aprende. Más allá solo hay morbo y masoquismo.

Excusa número 6: No es perfecto

¿Cómo voy a publicar esto? ¡No está bien! ¡No es perfecto! Qué pereza corregirlo de nuevo, porque es absolutamente necesario corregirlo por cuadragésima vez.

Tengo una regla con los artículos del blog. Solo los leo cuatro veces. Escribo un artículo, lo voy releyendo conforme edito el borrador, luego lo reviso. Le doy a publicar y lo leo una última vez. Con suerte, mi estimado novio tendrá la paciencia necesaria para leérselo un poco más tarde y avisarme si encuentra algún fallo. Y ya.

Se van a escapar erratas. Tengo amigos correctores que a veces me las señalan, lo cual tiene su punto guay, porque siempre mola que alguien que sepa trabaje gratis para ti sin que se lo pidas. Y tengo lectores en general a los que les gusta decirme dónde he metido la pata, tanto en público como en privado. Lo cual también mola (aunque mejor en privado, ejem), porque cada vez queda mejor el texto (aunque reconozco que es irritante si se equivocan o si lo hacen de manera desagradable, pero para eso me voy a tatuar el apartado anterior de este artículo en la frente, para vérmelo cada vez que vaya a llorar, desconsolada y humillada, al baño; así me lo veo en el espejo).

Si quisiera que todo fuera PERFECTO, así, en mayúsculas, los artículos no saldrían nunca.

Tengo que confesar, para mi vergüenza y oprobio y demás falsas modestias, que a veces acabo muy contenta cuando termino un artículo que me ha llevado

bastante trabajo y del que me siento orgullosa.

También confesaré que cuando acabo ese artículo, cuando respiro por fin tras la tarea interminable que es editar un borrador, me da algo de miedo. Me ataca una pregunta en particular: ¿cómo voy a volver a hacer esto?

Por lo visto es algo que le pasa a mucha gente. Profesionales que, aun amando su trabajo, tienen un día estresante, lo dan todo y se acuestan y, cuando se levantan de nuevo al día siguiente, piensan: ¿y cómo voy a volver a hacer lo de ayer?

Será síndrome del impostor, perfeccionismo y todas esas cosas que tan mal nos vienen a los escritores, tal vez. Nos intentamos equilibrar en un punto medio muy inconstante: querer dar siempre lo mejor de nosotros es terrible y perjudicial, pero esa no es excusa para la pereza. Para ello, permíteme citar a Seth Godin.

Has dejado que lo mágico te pase de largo. Por no mencionar lo «bastante bueno», lo increíble y lo maravilloso.

Quedarnos a la espera de lo que no puede mejorarse (y no puede criticarse) nos impide empezar.

Simplemente empieza.

Todo esto me hizo pensar en el bloqueo que tenemos los perfeccionistas. No es tanto que seamos perfeccionistas, creo yo. Es que estamos paralizados por el miedo a la crítica.

Para esto, véase el apartado anterior (again); recúrrase al tatuaje frente al espejo. El único remedio que tiene el perfeccionismo es empezar, escribir y luego publicar.

Excusa número 7: Me falta inspiración

Las musas existen. Quiero decir que hay momentos en que el mundo explota y te parece tocar el sonido con las manos y ver la esencia del universo. Escribes como si Lorca y Schopenhauer te susurraran muy despacio, cada uno en un oído, mientras Shirley Jackson te acaricia los pies.

Ocurre algo inesperado: si esperas que llegue ese momento, es raro que aparezca. Pero si lo buscas a diario, cada vez llega con más frecuencia.

Flow, inspiración, divinidades parnasianas. Llámalo como quieras. Viene cuando te sientas a diario delante del ordenador, cuaderno, lienzo o tripas de cabra. Viene cuando haces tu sacrificio diario en forma de sudor, sangre, esfuerzo, tiempo. Es lo que tienen las divinidades: suelen ser narcisistas y hay que saber seducirlas.

La inspiración es eso que esperan los demás mientras los escritores estamos trabajando.

Excusa número 8: Todo está ya escrito

Es cierto, muy cierto. Personas mucho más inteligentes que nosotros ya han hablado de todo lo que queremos hablar. Pero qué hay del sexo de ideas. Qué hay de otro enfoque. Qué hay de aquello que tú, con el peso de tus influencias, puedes aportar con la experiencia única combinada que te dan los años que has sobrevivido, la cultura en la que has crecido.

La originalidad está mal enfocada. Se nos anima a crear siempre algo original, extraordinario, diferente, pero todos cogemos de aquí y de allá, incluso sin darnos cuenta. Claro que has de evitar el plagio, la copia, pero no puedes evitar ser producto de tu tiempo. Aprovéchalo, hay mucho que aprender y contar. Olvida la idea de que crearás algo nunca creado, algo nuevo. Concéntrate en crear algo maravilloso.

Excusa número 9: No me encuentro bien

¿Sabes quién era Mattias Buchinger? Era un señor que nació sin manos ni pies hace muchos, muchos años. Era mago, músico y calígrafo y se dibujaba autorretratos impresionantes usando sus muñones.

Reconozco que «no me encuentro bien» solía ser una de mis excusas favoritas. Todavía lo es. Todos tenemos días horribles. Hay muchos factores que pueden llevarte a no encontrarte bien, desde el dolor crónico a otras cuestiones que se alimentan de tu energía y creatividad y te dejan hueco, como la ansiedad o la depresión.

¿Sabes quién más sufría de depresión? Winston Churchill. Todo el mundo recuerda que era un borracho; pocos se acuerdan del perro negro, ese black dog que lo perseguía sin descanso. Te puede gustar o no Churchill, pero de vago no puede acusarlo nadie.

Venga, tienes que liderar a tu país en una guerra mundial. Venga, tienes que intentar salvar a tu gente de un loco de bigote ridículo. Repite conmigo las palabras de Churchill: «Nunca, nunca, nunca abandones».

Ni con todos los ejércitos del mundo en tu contra. Ni con el dichoso perro negro. Solo veinte minutos al día sirven para cumplir con algo que es importante para ti. Incluso en los días más oscuros, es en la rutina y el hábito donde podemos ir tirando hacia adelante, donde podemos salvarnos a nosotros mismos.

Busca ayuda profesional si la necesitas. Pero no permitas que la pereza se disfrace de otra cosa. Si necesitas descansar, darte un respiro, hazlo. Pero que sea para recuperar fuerzas y coger carrerilla.

Ahí va la décima:

Excusa número 10: Nunca voy a poder publicar

Es verdad, publicar es muy difícil. Todos hemos sufrido rechazos, silencios editoriales y todas esas desgracias. Hay un mundo cruel y competitivo ahí fuera, y más te vale ser el mejor, el que tiene más contactos o seguidores en Instagram para que algún agente o editorial te haga algún caso. Por lo demás, permíteme que remate este apartado entero con una sola palabra:

Autopublicación.

¡Siguiente!

Excusa número 11: Escribir es difícil

Sí. Si te resulta fácil, es que igual no lo estás haciendo bien.

Escribir es condenadamente difícil. Puede ser entretenido, divertido, inspirador, catártico, pero rara vez es sencillo. Y no hablemos de todo lo que va asociado: leer muchísimo, aprender, conocer las herramientas del trabajo, entender cómo funcionan otros textos…

Muy, muy difícil.

Así que mejor déjalo ya.

Uno menos en la carrera.

Lo malo de todas estas excusas es que también pueden esconder algo más profundo. Algo como que en realidad no quieres escribir, que en realidad no es importante para ti. Acéptalo, porque eso es bueno. Puedes escribir solo cuando te apetezca, disfrutarlo a tu gusto. Puedes limpiar ese espacio de culpa y ansiedad de tu cerebro y dedicarlo a otra cosa. Mirarás atrás en tu lecho de muerte y te dirás: «Menos mal que dejé de escribir, mira todas las demás cosas importantes que pude hacer en vez de dedicarme a algo que ni siquiera me apasionaba. ¡Si no hubiera dejado la escritura, nunca me habría convertido en entrenador profesional de gansos bailarines!».

Pero si pretendes escribir en serio, si quieres aprender, publicar, que te lean… ay.

Lo siento. De veras que lo siento.

Olvida estas excusas, vuelve a leer el título de cada apartado y deséchalas. Nunca te sirvieron de nada.

Así es como duramos los demás. Contamos con que gente que se acoge a la excusa número 11, gente que dice que escribir es demasiado difícil, se rinda. Contamos con ello, con esos corredores que se preparan como verdaderos atletas pero luego caen, exhaustos; se desvanecen a media maratón. Así no morimos de hambre: siempre podemos alimentarnos de sus cadáveres. ¡Ja!

Por cada persona que deja de escribir porque es difícil, hay veinte personas que siguen escribiendo porque es difícil. Porque lo fácil no merece la pena. Nadie destaca haciendo algo fácil, eso no da satisfacción. Esas veinte personas saben que un paso lento sigue siendo más rápido que el de todos los que se han quedado tumbados en el sofá.

¿Es difícil escribir? Sí.

No te preocupes. Abandona la carrera.

Déjanosla al resto.

Seis formas de acabar con la procrastinación (que realmente funcionan)

Oh, la procrastinación. «Vuelva usted mañana». Enemiga de musas, premios, resultados. Triste nombre (bueno, triste no, como palabra me parece megabonica) para definir esa sensación de inevitable aplazamiento, ese bucle infinito de «ya lo haré luego».

A menudo la procrastinación se convierte en una entidad casi superior, en un ataque directo a nuestro poder de decisión, al igual que esa vocecilla de «eh, tienes que terminarte esa bolsa de patatas fritas, no vas a dejarlas ahí, ¿verdad?». Es una pérdida de control, una patada al lóbulo frontal del cerebro. Uno se rinde a su destino y su destino es no terminar nunca nada (excepto la bolsa de patatas).

Lo gracioso es que esa especie de divinidad malévola ni siquiera existe. Claro que podemos dejar sin terminar la bolsa de patatas (¿y dejarlas ahí? ¡Qué desperdicio!). Claro que podemos hacer esa tarea ahora mismo (¡pero por qué, si mañana también puedo!).

El peligro suele partir de una distancia insalvable entre las decisiones que tomamos en caliente y las experiencias reales, en frío. Esta distancia empática produce un problema de cognición por el que no visualizamos, realmente, cómo será llevar a cabo las partes más difíciles o tediosas de un proceso. Es por esto por lo que tantas personas empiezan proyectos que luego nunca acaban: tienen una visión feliz y abstracta de su meta, pero no realizan una apreciación realista de lo que significará realizar todo el trabajo, día a día. Seguro que te suena: uno va por primera vez al gimnasio, todo es nuevo y entusiasta, se lía a hacer pesas como un loco, le salen las endorfinas por las orejas y piensa que eso podrá hacerlo todos los días, siempre, pase lo que pase (y ocho clases de zumba también). La realidad es que a la segunda semana, perdido el entusiasmo, se levanta un día cansado, mira el despertador y dice: «no, hoy no». Y al día siguiente, tampoco. Etc.

Por supuesto hay tareas horribles que no queremos hacer y que vamos retrasando, aunque sabemos que tarde o temprano tendremos que enfrentarnos a ellas. Pero, por lo general, las tareas en las que tendemos a procrastinar son más bien las que surgen como resultado de lo explicado en el párrafo anterior: lo que en un principio parecía posible y hasta atractivo ahora se ha convertido en aburrido,

difícil y en apariencia inútil. Además, dejar algo para mañana mitiga nuestra sensación de culpabilidad: al fin y al cabo no has dejado de hacer algo, no lo has abandonado, solo lo has movido a ese tiempo esperanzado y optimista que es el futuro. Por desgracia, tendemos a olvidar que mañana es simplemente hoy con otra fecha.

La procrastinación ha sido siempre uno de mis mayores vicios. Sí, yo era de las que estudiaba para el examen la última noche. Tenía buena memoria, así que pude, poco a poco, ir superando los primeros baches académicos. Incluso en la universidad, nunca llegué a alcanzar la mentalidad de «proyecto a largo plazo» que muchas asignaturas exigían, de saber repartirse el tiempo. Vivía bastante estresada, como puedes imaginar. También es cierto que había muchos otros factores que contribuían a esta actitud, pero con el paso de los años me di cuenta de que no podía seguir echando la culpa a esos factores. Era hora de tomar acción. No mañana, no. Ahora.

Tardé lo mío, como buena procrastinadora. No fue hasta hace seis años o así que me puse en serio a leer a todo tipo de autores y especialistas en este curioso problema que parece afectarnos a casi todos. Lo cierto es que hay mil trucos y consejos ahí fuera, pero yo me he propuesto traerte hoy lo mejor de lo mejor; o por lo menos lo que me ha funcionado a mí y lo que veo que ha funcionado a otros autores. Aquello que da resultados reales para aquellos que tenemos la disciplina de un boniato (aunque, no sé, lo de estarse quietos y naranjas por dentro se les da muy bien).

Para los que escribimos, estas consideraciones son fundamentales: estamos acostumbrados a trabajar con proyectos grandes, que no obtienen resultados inmediatos, con metas que de entrada parecen inalcanzables y que por sí solas no son nada motivadoras. Así que ahí va el primero (y tal vez el más importante). Te va a sonar:

1. Crea un hábito

¿Cuál es la mejor forma de engañar a esa voz en tu cabeza? Eliminándola por completo. Y la única forma de eliminarla es hacer que deje de existir, que no sea una opción.

Los hábitos funcionan muy bien para tareas en las que procrastinamos constantemente. Si te toca ir al dentista, difícil será crearte el hábito de ir al dentista (aunque gente hay pa tó). Pero si lo que te cuesta es ponerte a escribir, vas a

necesitar convertirlo en una costumbre, para que te sea tan natural como desayunar por la mañana, cepillarte los dientes antes de dormir o dar de comer al panda gigante a la hora del aperitivo.

Hay una teoría de que la disciplina se agota conforme avanza el día. Es algo que se está debatiendo, pero conviene hacerle algo de caso. Aunque no seas una persona madrugadora, procura llevar a cabo el hábito (sobre todo los primeros meses) a primera hora de la mañana, antes de que las exigencias del día te agoten. Llegará el momento en que la costumbre sea tan fuerte que ni te plantearás si hacer una tarea o no: no hay procrastinación posible cuando uno tiene un hábito bien implementado. Además, la sensación agradable de haber conseguido hacer ya lo más importante y difícil tan temprano te dará satisfacción y confianza para el resto del día.

2. Empieza

Sí, ya sé que parece que opto por la respuesta tradicional ante la procrastinación: simplemente hazlo. Pero no es eso. Muchas veces nuestra resistencia a hacer algo no se limita a la pereza, sino a toda una serie de emociones negativas que se pelean en nuestra cabeza (como un club de la lucha de sentimientos muy encontrados y muy cachas) o a una gran falta de concentración. Puede mitigarse este bloqueo haciendo una especie de trato con uno mismo: vale, voy a ponerme, pero solo durante cinco minutos. Luego podré ir a beber cerveza, destripar zombis y asesinar a un tirano interdimensional (lo de todos los viernes por la noche, vamos).

Lo curioso es que, una vez superado ese bloqueo, entramos pronto en un estado de concentración y esos cinco minutos suelen acabar en media hora. Lo importante, ante todo, es el enfoque. Una de las maneras más comunes de procrastinar (y ni siquiera nos damos cuenta de ello) es la distracción. Si estamos ante tareas que nos resultan difíciles o aburridas, es fácil dar a la pestañita de Facebook o mirar el móvil. De nuevo, haz ese trato: voy a hacer cinco minutos, pero voy a apagar el wifi y desactivar las notificaciones del teléfono. La buena noticia, además, es que cuanto más ignores tu instinto de procrastinación, cuantas más veces ejercites el músculo de empezar, más fácil te irá resultando y más difícil será que dejes tareas para luego. Una buena costumbre en este sentido es que si das con una tarea que puedes hacer en menos de dos minutos, hazla, sobre la marcha. Nos ahorramos así gasto de energía mental en tomar decisiones (hacer, no hacer y cuándo) y entrenamos a nuestro cerebro para que reaccione de manera activa a este tipo de necesidades (siempre que sean tareas y necesidades, y no el impulso

de abrir, otra vez, la pestañita de Facebook).

Es frecuente ver comentarios por ahí del tipo: «no lo entiendo, llevo ocho horas trabajando sin parar y apenas he hecho nada». Con concentración absoluta (¡y una buena planificación!), podrían haber hecho el doble de trabajo en la mitad de tiempo. Como siempre, recomiendo para ello programas de bloqueo como Freedom o plugins gratuitos como Leechblock para Firefox o StayFocusd para Chrome. También es recomendable recurrir a tiempos cortos pero intensivos, como los 25 minutos de un pomodoro. Lo cual me lleva al siguiente punto:

3. Divide la tarea en partes pequeñas

Muchos trabajan muy bien en esas secuencias pomodoro de 25 minutos con descansos de cinco minutos; otros prefieren secuencias más largas con descansos más largos. Todo depende de lo que suelas tardar en entrar en tu momento máximo de concentración (ese maravilloso flow): ya hemos dicho que algunos escritores necesitan por lo menos noventa minutos para alcanzar un estado mental adecuado (y otros tardan toda la vida, jajaja. Perdón).

Aunque es cierto que una sesión de trabajo larga puede producir resultados muy distintos a una sesión corta (cualquiera que haya hecho una sesión de varias horas de escritura sabe de lo que hablo), de nada sirve si no conseguimos sentarnos a escribir. Y la escritura es una tarea muy ingrata; como he dicho antes, es difícil medir los beneficios, objetivos y resultados cuando estás trabajando en una novela de 200000 palabras. Yo puedo largar 3000 palabras del tirón al hacer un artículo, temerosa de levantarme siquiera para no perder ideas y el hilo de pensamiento, y luego dedicar como mínimo una hora a editar, buscar imágenes y corregir, pero sé que tendré una recompensa casi inmediata: lo compartiré y recibirá, con suerte, algún tipo de interacción con mis lectores. Pero la idea de sentarme a escribir 3000 palabras a diario de mi novela me da ganas de tirarla por la ventana (sí: expreso mi frustración tirando cosas por la ventana. Por lo menos en mi imaginación).

Las tareas largas y abstractas son aquellas en las que más procrastinamos, porque no obtenemos una recompensa, no entendemos de forma inmediata su valor. Si ponemos en una balanza lo malo (pereza, miedo, aburrimiento, frustración) y lo bueno (posible publicación, satisfacción de terminar un proyecto grande), va a ganar lo malo. ¿Cómo lidiar entonces con ello?

Sencillo: no lo veas como una tarea grande y abstracta. Conviértela en un

montón de tareas pequeñas y muy concretas. Crea una lista de objetivos para tu proyecto; un número de palabras que tienes que conseguir al día; cualquier objetivo para cada pequeña sesión. Así, la sensación de victoria, de haber conseguido algo, actuará como heroína de la mala para tu cerebro y este decidirá que eso de ponerse a escribir no estaba tan mal, después de todo, ni daba tanta pereza.

Puedes empezar con sesiones muy cortitas y luego ir ampliando. Experimenta. Puedes ser como Anthony Trollope, que escribió más de 40 libros a lo largo de su vida, usando sesiones de solo 15 minutos. Trollope se proponía escribir 250 palabras en cada sesión de 15 minutos. Trabajaba con estos intervalos durante tres horas diarias, produciendo una cantidad ingente de palabras. Recuerda que los primeros borradores no suelen producirse mirando al techo intentando componer la palabra perfecta: se producen escribiendo, escribiendo muchísimo.

4. Inevitabilidad del entorno

Otro de mis favoritos. Si realmente no tienes voluntad ninguna, haz que tu entorno haga todo el trabajo por ti. Haz que tus amigos (o una página web como Beeminder) te cobren cuando no cumplas con la tarea prometida. Que tus zapatillas estén junto a la cama para salir a correr. Que la comida que más engorda esté en la balda más alta de la despensa, en la parte más escondida de la nevera. Que alguien te dé un tortazo cuando te distraigas. Que todo lo que te rodee esté programado para obligarte a realizar la tarea que no te apetece. Es evidente que si tienes una familia grande con ocho niños y dos tigres albinos, esto va a ser complicado (sobre todo por lo de andar protegiendo a los tigres del sol, que todos sabemos lo cansino que es eso), pero si tienes la suerte de tener algún control sobre tu entorno, aprovéchalo. Ten una habitación que solo usas para dormir, para que solo sentarte en la cama, aunque no quieras dormir, ya te dé sueño. Ten un ordenador para trabajar sin conexión a internet. Hay mil trucos y formas para que no tengas más remedio que hacer aquello que no te apetece en absoluto hacer.

5. Entender por qué procrastinas

Después de todo lo dicho, es importante insistir en algo fundamental: todo esto no sirve de nada si estás trabajando en una tarea en la que realmente no quieres trabajar. Puedes obligarte y forzarte todo lo que quieras: esa tarea se irá postergando.

¿Por qué procrastinamos? Hay todo tipo de teorías. Miedo a no estar a la altura de la tarea. Frustración de tener que realizar tareas repetitivas cuya función no terminas de comprender. O la sospecha de que, en el fondo, esta tarea la has aceptado por complacer a alguien, no porque quisieras hacerla.

Entender qué emociones hay detrás de cada acto de procrastinación es media batalla, porque significa que puedes tomar medidas. Aprender a decir que no, por ejemplo, es esencial. Si me dieran un euro por cada vez que he procrastinado porque consideraba que tenía que hacer algo por no quedar mal con alguien, no porque me apeteciera, podría comprar a todos mis lectores un chalé en Miami. Bueno, igual un chalé no, pero sí un perrito caliente. En Torremolinos. Ya sabes lo que quiero decir.

Y luego a veces tenemos esa visión idealizada de nosotros mismos cuando planificamos tareas, esa visión de que somos superpersonas hiperproductivas y que podremos con todo, que se viene abajo en cuanto toca llevarlas a cabo. Merece la pena analizar hasta qué punto son necesarias dichas tareas, hasta qué punto se corresponden con nuestras prioridades y objetivos. Una cantidad asombrosa de tareas en las que procrastinamos pueden eliminarse sin más.

Y, hablando de visiones acerca de nosotros mismos, llegamos a un punto que creo que es bastante original y que da bastante que pensar:

6. Aplicar la ley de Manson

No hablo del asesino en serie ni del cantante, no. Hablo de Mark Manson, el bloguero, que en su artículo sobre procrastinación enuncia una ley que me parece de lo más ingeniosa:

The more something threatens your identity, the more you will avoid doing it.

Cuanto más amenace una tarea tu identidad, más evitarás hacerla.

¿Qué significa esto? Manson parte de la base de que el problema con la procrastinación es que la hemos entendido siempre al revés: nos convencemos de que tenemos que creernos más fuertes/disciplinados/inteligentes para tener la confianza que necesitamos para llevar a cabo esa tarea que tanto nos está haciendo dudar. Sin embargo, al realizar tareas poderosamente asociadas al concepto que tenemos de nosotros mismos (nuestra identidad), el miedo es inevitable. Precisamente porque somos fuertes, tememos comprobar si podemos levantar más

peso, porque ¿y si no podemos? ¡Significaría que no somos fuertes!

Las amenazas a la identidad no son algo que podamos tomarnos a la ligera. Como bien sabrás, las veces que alguien te ha dicho algo que te hacía dudar de la percepción que tenías de ti mismo son aquellas que más te han perturbado. Por ejemplo, si sabes que no eres muy flexible y alguien te dice que no eres muy flexible, te encoges de hombros y vale, muy bien, dónde hay que apuntarse a yoga o a gimnasia rítmica o a un saloncito de estriptis molón. Pero si toda la vida te han dicho que eres inteligente, has demostrado tu inteligencia de múltiples maneras y llega alguien y te dice que eres estúpido/a, eso podría crear un rato de crisis emocional.

Por tanto, son las tareas que nos desafían en nuestro sentido del ser, en nuestra propia existencia, las que más nos cuesta ponernos a hacer. Postergamos ir al médico no solo por miedo a un mal diagnóstico o una prueba dolorosa, sino porque nos hace enfrentarnos a la posibilidad de que no somos tan invulnerables como creemos. Postergamos hablar con alguien que nos cae mal, no solo porque puede ser una experiencia desagradable, sino porque esa persona nos hace sacar partes de nosotros que no nos gustan (ira, envidia, rencor) y a las que tememos enfrentarnos. Manson menciona aquí el budismo y el abandono del yo. No sé si llegaría yo hasta ese extremo, pero sí que recomendaría liberarnos un poco de nuestro asentado sentido de nosotros mismos, cuestionarnos lo que creemos que somos con frecuencia, salir de esa zona de comodidad de lo conocido. Tal vez por eso las tareas con las que más cuesta ponerse son las que luego ofrecen los mayores resultados.

Siempre me cuesta ponerme a escribir los artículos del blog. ¿Y si a nadie le gusta y no lo comparte nadie y no está al nivel de los anteriores? ¿Qué diría eso de mí, de la imagen que tengo de mí misma?

Pero aquí está, escrito para ti, con todo mi amor.

Cómo escribir un cuento a la semana

Hay preguntas sin respuesta, preguntas que vagan inánimes, perdidas, en el mundo de la escritura.

Son preguntas devoradas por el sinsentido del debate y de la conclusión imposible. De los ataques irritados y de los egos malheridos.

Nos preguntamos cosas de vital importancia, como: el escritor ¿nace o se hace? ¿Es compatible el arte y el oficio? O: ¿se liga más por ser escritor?

Hay otra que creo que ha preocupado a la mayoría de los escritores en algún momento de sus carreras:

¿Calidad o cantidad?

¿Es mejor escribir poco y bien o mucho y rápido?

Tampoco hay una respuesta clara para esto. Hay muchos matices y aclaraciones. Se puede escribir mucho y bien, si sabes cómo. Se puede escribir poco y mal (de hecho, diría que esta es la combinación más frecuente). Se puede escribir muy rápido y en grandes cantidades y luego invertir mucho tiempo en reescritura y corrección. Y dedicar diez años de tu vida a un solo libro no tiene por qué ser una obsesión con la calidad: puede ser más bien una forma de evitar tener que enfrentarte a la inevitable publicación. No hay una respuesta definitiva. Pero hay perspectivas que nos hacen tender hacia un lado u otro.

Quiero contarte una historia

Esta historia sale del libro Art and Fear de David Bayles y Ted Orland. Ocurrió de verdad (aunque en la versión real de la historia el profesor era de fotografía).

Va de un profesor de cerámica que dividió a su clase en dos grupos. Todos los que estaban a la izquierda del taller recibirían sus notas basadas en la cantidad de piezas que produjeran; todos los de la derecha las recibirían según la calidad de su obra. Su procedimiento era sencillo: el último día de clase, el profesor pesaría las piezas de los alumnos del grupo de la izquierda: si había cincuenta libras de

peso en obras les daría un sobresaliente, cuarenta libras tendrían un notable, y así progresivamente. Sin embargo, aquellos a los que se calificaba por calidad tenían que producir una sola pieza, que debía ser perfecta para obtener la nota máxima.

Cuando llegó el día de valorar las piezas, ocurrió algo muy curioso: ¡las obras de mayor calidad las habían producido los del grupo a los que se calificaba por peso! Parece ser que mientras los del grupo calificado por cantidad/peso estaban ocupados haciendo un montonazo gordo de jarrones de cerámica, el grupo de calidad dedicó todo su tiempo a teorizar sobre qué era la perfección y cómo conseguirla, y tenían poco más que un montoncito de barro triste.

Ocurre algo parecido con la escritura: todos sabemos que la teoría es importante; tenemos que conocer las reglas (aunque luego las rompamos), y toda la información que absorbamos sobre el proceso y acto de escribir puede ayudarnos. Pero a la hora de la verdad hay algo inevitable: es en la práctica, en la escritura propiamente dicha, donde está el aprendizaje. Puedes pasarte semanas estudiando cómo colocar las manos y las piernas para nadar bien, pero hasta que no te tires al agua no vas a saber nadar en realidad.

Esto engancha con aquel dicho tan conocido de Ray Bradbury: «Escribe un cuento a la semana. Es imposible escribir 52 cuentos malos seguidos».

No todos los escritores le dan al cuento. Es un formato muy distinto a la novela, con exigencias diferentes. Pero creo que, sobre todo para los que no llevan mucho escribiendo, es el formato perfecto para afilar las herramientas de escritor y avanzar a pasos agigantados hacia un brillante futuro de prosa tan reluciente que cegará hasta al lector más incrédulo (y con las gafas de sol más bastas y caras). Y, como verás al final, es posible adaptar este sistema para escribir novela, sobre todo si se escribe por capítulos.

¿Pero cómo puede uno escribir un cuento (o un relato o cualquier narración corta) a la semana? ¿Es eso posible siquiera? Hace un par de años escribí un relato al mes, y eso ya era cansado. Pero yo creo que escribir un relato a la semana podría tener unas ventajas muy claras:

Un proceso acelerado de aprendizaje. Al escribir tanto aprendemos mucho más rápido. Fracasamos más deprisa, metemos más la pata, cabreamos más a nuestros lectores potenciales. Nos quitamos antes de encima al 90% de mierda, como diría Sturgeon.

Fomentamos la adicción a terminar nuestros proyectos. ¿Sabes esa sensación de subidón que te da cuando terminas algo? Sí, eso es adictivo. Hace que tu cerebro baile sevillanas y produzca endorfinas bonicas y bien vestidas. Rompemos con la maldita manía de estar con mil cosas a la vez y no terminar ninguna, porque la parte más aburrida y difícil del relato (la parte del medio) dura poquito.

Tenemos mucho para compartir. Yo animo a que los relatos se presenten a concursos, independientemente de la opinión que tengas sobre la validez/limpieza de los concursos en general. Es una manera muy buena de marcarse plazos de entrega y de ilusión. Tienes la sensación de que tu relato va a alguna parte y la espera de un fallo/respuesta es mucho más corta que si lo envías a una editorial. ¿Que no ganas? No pasa nada. Los reúnes y te haces una antología, o los publicas en tu blog, o en Wattpad o donde te dé la gana. Pero ya te estás exponiendo a compartir tu obra, a la retroalimentación y a la posibilidad de recompensa. Eso para un autor vale mucho.

Vamos a lo práctico: ¿cómo diablos lo hago?

Voy, voy.

Encontré varios artículos online donde se proponían métodos para escribir un relato a la semana, pero no terminaban de convencerme. Creo que se dejaban fuera algo que creo que es importante: los relatos necesitan tiempo para respirar. No creo que sea buena idea escribir un relato, revisarlo y mandarlo donde sea. Una sola semana puede marcar una gran diferencia: necesitas limpiar tu cabeza, reiniciar y entonces enfrentarte de nuevo a tu texto. Así que he diseñado este sistema, ¡espero que te sea útil!

Ahí va. Cómo hacer un cuento a la semana. Aquí tienes lo que sería el calendario de un mes. Para el mes siguiente, solo tienes que repetir la jugada. ¿Serías capaz de llegar a los 52? ¿Cómo será el relato número 52 en comparación con el primero? Creo que no hay que ser vidente de televisión de madrugada (¡bendiciones!) para predecir que entre ellos habrá una diferencia sorprendente.

Algunas cosas a tener en cuenta:

Como los sábados y domingos son días más ligeros y de descanso, son los que propongo como días de planificación. Por esto sugiero empezar con un sábado (y por esto los sábados son los que inician este calendario, pero siéntete libre de

coordinarlo con los días de la semana que quieras). Incluyo sábado y domingo en el plan, porque este sistema está pensado para personas que escriben todos los días, pero si sueles tomarte esos días libres, digo lo mismo: puedes adaptarlo e insertar ese trabajo en otros días que te vayan mejor. Piensa que este es un sistema flexible.

La tarea de escribir una lista de diez ideas se debe a que a veces es mejor darle más vueltas a algo en vez de quedarnos con la primera idea que se nos ocurra (en mi experiencia, escribir otras nueve variantes o «subideas» mejora de forma espectacular la idea original). Y es muy útil si solo se te ocurren ideas malas: poco a poco irán saliendo mejores.

Si tienes un bloqueo absoluto para tu lista de ideas, recomiendo usar el poder de lo aleatorio. Mira artículos al azar en Wikipedia (en su función aleatoria), mira listas de palabras, busca propuestas de escritura (Literautas tiene un montón)… hay muchas maneras de activar al cerebro con objetos, eventos y relaciones que nunca se le habrían ocurrido por las vías de siempre. Da igual sobre qué escribes; lo importante es arrancarse. Y cuanto mayor sea el desafío, mejor. Aprendizaje a contrarreloj.

No hay un número de palabras fijadas para cada relato. A mí me gusta que mis relatos tengan entre 3000 y 5000 palabras, depende de lo que me pida cada historia. Pero creo que 2000-3000 sería una extensión buena, ya que se adapta a muchos concursos de relato y no es una cantidad demasiado difícil de conseguir en el tiempo estipulado.

Calendario

SEMANA 1

Sábado: Comienza con el primer relato, al que llamaremos Relato 1. Crea una lista de diez ideas para Relato 1. Elige la que más te guste y haz un pequeño esquema o sinopsis del relato que vas a escribir.

Domingo: Desarrolla el esquema/sinopsis de Relato 1 hasta tener un esquema de unas 200-300 palabras. Lo ideal sería separar las escenas (tener muy claro qué orden seguirá todo; cuáles son las secuencias).

Lunes: Escribe la primera parte de Relato 1. Muchos autores siguen la tríada aristotélica de actos para sus cuentos (exposición, nudo y desarrollo). Esto no es obligatorio, pero si sigues esa estructura, este sería el día de escribir la presentación

o exposición del relato.

Martes: Escribe la segunda parte de Relato 1. Si sigues la estructura mencionada, este sería el segundo acto, el desarrollo del núcleo de la acción.

Miércoles: Escribe el final de Relato 1, su conclusión.

Jueves: Realiza una revisión/reescritura de Relato 1. Este es el momento en que a mí me gusta «rellenar». Meter detalles, descripciones pertinentes, información relevante. No obstante, también es un buen momento para recortar todo aquello que sobra o no aporta nada.

Viernes: Otra revisión al Relato 1. Si cuentas con lectores cero o con algún lector de confianza (aunque solo sea algún familiar o amigo), este sería el momento de mandar el relato y pedir su opinión. Recuerda que interesan más aquellas cosas que no les hayan gustado (aunque solo sea por razones puramente subjetivas) que las sugerencias que puedan dar para arreglar esas cosas. Piensa que la forma de escribir/corregir de otros autores o lectores puede ser muy diferente a la tuya. Escucha a tus lectores cero (sobre todo si tienes varios y hay observaciones que se repiten de uno a otro), pero recuerda que lo que te dicen no es determinante.

¡Enhorabuena! Has superado la primera semana. Viernes noche es el momento perfecto para descansar, para leer y para celebrar tu éxito con alcohol/drogas/orgías/maratón de Juego de tronos.

SEMANA 2

Sábado: Empieza con tu segundo relato, que llamaremos (¡sorpresa!) Relato 2. Haz tu lista de diez ideas para Relato 2: eliges la mejor y haces un pequeño esquema/sinopsis.

Domingo: Desarrollas el esquema/sinopsis de Relato 2 hasta tener un resumen de unas 200-300 palabras.

Lunes: Escribes la primera parte de Relato 2.

Martes: Escribes la segunda parte de Relato 2

Miércoles: Escribes el final de Relato 2

Jueves: Es el día de reescribir y/o corregir Relato 2. Y una vez conseguido, es

el día de mandárselo a tus pobres y sacrificados lectores cero, y de recompensar su esfuerzo con jamón ibérico, vino del bueno o favores carnales.

Viernes: ¿Te acuerdas de Relato 1? Vamos a revisarlo. Sí, toca corregirlo de nuevo. Has tenido una semana para no pensar en él, ahora puedes mirarlo con otros ojos. Y si tus lectores cero son eficientes y majos y les ha llegado bien el jamón, ya te habrán mandado sus impresiones. Incorpora sus sugerencias si lo consideras necesario.

Repetición de la jugada: gran juerga y celebración de viernes noche con viajes en el tiempo, aventuras interestelares, golpes de estado o tequila.

SEMANA 3

Sábado: Aquí la cosa empieza a ponerse profesional. Toca dar salida al Relato 1. Envíalo a una convocatoria, a un concurso, a una editorial, a lo que sea. O publícalo en tu blog, en una web de literatura, lo que quieras. Una vez hecho esto, no pienses más en él, es libre (ahora está en manos de —¡susto!— el receptor). Te toca comenzar con tu tercer relato, muy originalmente nombrado Relato 3 (nota: estos son títulos provisionales. No conviene, al mandar a concurso, llamar a un relato Relato 1, 2 o 3. Siempre interesan más títulos como De lo que aconteció en los picos nevados del Tecugigualpya mientras cazábamos bisontes extintos). Esto ya sabes cómo va: eliges la mejor idea y haces un pequeño esquema/sinopsis. El mayor desafío es conseguir esto con la resaca de la celebración del golpe de estado del viernes. A lo mejor habría sido mejor cerveza que tequila. Te lo dije.

Domingo: Desarrollas el esquema/sinopsis de Relato 3 hasta tener un resumen/esquema de unas 200-300 palabras

Lunes: Escribes la primera parte de Relato 3.

Martes: Escribes la segunda parte de Relato 3.

Miércoles: Escribes el final de Relato 3.

Jueves: Reescritura y revisión de Relato 3. Toca enviar a lectores cero de nuevo, si es que todavía te hablan (algunos eran del antiguo régimen).

Viernes: Aquí es cuando vamos a liarla un poco. Hoy te vas a poner a revisar el Relato 2 (¡confuso pero necesario!). Incorpora las sugerencias de tus increíblemente majos y eficientes lectores cero en Relato 2 si lo consideras

necesario.

De nuevo, celebraciones y albricias. Planta un libro, ten un árbol y escribe un hijo. Fiestuqui como si esto fuera 1999.

SEMANA 4

Sábado: Ahora le toca a Relato 2 salir al mundo. Envíalo a una convocatoria/concurso/editorial o publícalo en tu blog/web o lo que quieras. Y toca comenzar con Relato 4. Crea una lista de diez ideas para Relato 4: elige la mejor y haz un pequeño esquema/sinopsis.

Domingo: Desarrollas el esquema/sinopsis de Relato 4 hasta tener un resumen de unas 200-300 palabras.

Lunes: Escribes la primera parte de Relato 4.

Martes: Escribes la segunda parte de Relato 4.

Miércoles: Escribes el final de Relato 4.

Jueves: Reescritura y revisión de Relato 4. Una vez más, debes dárselo a leer a alguien de confianza, si es que te queda alguien dispuesto.

Viernes: ¿Te acuerdas de Relato 3? Ahora es cuando hay que revisarlo de nuevo e incorporar las sugerencias de tus lectores cero si lo consideras necesario.

REPETIR. Creo que ya has pillado el funcionamiento. Todas las semanas se escribe un relato, se revisa el de la semana anterior y se envía el de hace dos semanas.

Lo genial de este sistema es que los relatos nunca caducan. Imagínate que estás en la semana 28 y se falla el concurso en el que participaste con el Relato 12. Y no has ganado. ¡No pasa nada! Se incorpora la revisión y reescritura de relato 12 en el día de la semana que más te apetezca, y se envía a otro sitio, ya sea concurso, convocatoria o diario online con fotos de comida. La idea es que los relatos están en constante mejora y transformación. Piensa también que, al cabo de unos meses, tendrás los suficientes relatos para ver cuáles son mejores que otros e ir seleccionando algunos para una posible antología o libro.

Además, otra ventaja: el proceso de escritura en sí es rápido, por el tiempo

invertido en preparación y esquemas. A la vez, hay un tiempo importante reservado para revisiones y reescrituras.

Como curiosidad, te dejo aquí cómo adapté este sistema a mi persona y uso. Yo estoy escribiendo novela, así que lo modifiqué para hacer capítulos de novela (los capítulos de mi novela son cortos, de unas 2000-3000 palabras, y más o menos autoconclusivos, así que esto es ideal).

Últimamente he estado escribiendo mucho a mano, lo cual no es nada práctico, pero me encanta. De ahí que también haya adaptado el sistema para tener un tiempo de transcripción a ordenador:

ESTA SEMANA PARA MÍ:

Sábado: Nuevo capítulo de la novela. Lista de ideas. La mayoría ya las tengo todas apuntadas, de mi periodo previo de gestación, así que me dedico a crear subideas o mejoras, que suelen resultar en una optimización de la idea original. Hago un esquema de lo que tratará el capítulo.

Domingo: Primera parte del capítulo.

Lunes: Segunda parte del capítulo.

Martes: Final del capítulo.

Miércoles: Transcripción a ordenador y revisión sobre la marcha.

Jueves: Revisión/reescritura/relleno/recortes.

Viernes: Revisión del capítulo anterior.

Aunque realmente este sistema solo me está permitiendo unas 3000 palabras a la semana, está facilitando todo el proceso de revisión avanzada y de estructuración, que me ahorrará mucho tiempo de corrección una vez la novela esté finalizada. Para autores más bestias, los tres días de escritura pura y dura podrían ser de tipo maratón, con más de 3000 palabras por día.

¿Qué opinas? ¿Crees que sería un calendario plausible para escribir muchos, muchos relatos? ¿Y para avanzar en una novela?

52 relatos. Un relato a la semana. Todo un reto.

¿Alguien se atreve?[1]

Veinte preguntas salvavidas para hacerse antes, durante y después de escribir

Escribir. Esa cosa en la que te sientas delante de una cosa y creas palabras y escribes cosas.

¿Ves? Fácil.

Y lo cierto es que es así de simple. Coges un papel y un bolígrafo, escribes palabras. Abres Word, tecleas palabras. Haces frases. Las frases se unen a frases y haces párrafos. Repita una y otra vez hasta tener el número adecuado de palabras, frases, páginas o caligramas dieciochescos.

Y a la vez no lo es. Es horriblemente complicado.

¿Y si esas frases son topicazos aburridos? ¿Y si mis palabras son más feas que el culo de algún babuino cuyo nombre exacto en latín te diré ahora mismo en cuanto lo mire en Wikipedia y me pierda por un agujero virtual del que no saldré en las siguientes tres horas en vez de estar escribiendo?

Hace algún tiempo, en una videoconferencia para la librería Gigamesh, me hicieron una pregunta interesante: si alguien trabaja cuarenta horas a la semana, ¿cómo puede escribir en serio?

He hablado muchas veces de la productividad, de las prioridades y de cómo robar segundos a las horas para escribir. Pero me gustaría ir un poco más allá. Voy a intentar ofrecer una lista de preguntas, una lista de verificación que puedes utilizar para sacar el máximo rendimiento (en tiempo y calidad) a tu sesión de escritura. Ya sabes que soy muy aficionada a probar técnicas de todo tipo, y estas son las preguntas que a mí, personalmente, me resultan más útiles. Tal vez para ti sean otras. Pero no pierdes nada probando.

5 PREGUNTAS PARA ANTES DE ESCRIBIR

¿Qué he leído hoy?

Leer no es solo el segundo mandamiento del escritor (el primero es, como repetiré hasta la saciedad, escribir): es una buena forma de meternos en tarea. Leer

un poco (aunque solo sean diez minutos) de algo muy bueno, justo antes de empezar la sesión de escritura, nos inspira y nos mete en el cerebro patrones y formas de los que son maestros en su oficio.

¿He eliminado posibles distracciones?

Internet es el mal, amigos. Internet es el enemigo número uno de cualquier escritor. Elimínalo. Enfoca. Cierra la puerta y atrinchérate en tu mesa de trabajo. Desconecta el wifi. Apaga el teléfono. Regala a tus hijos el GTA V o el Fortnite o lo que esté de moda ahora. Lo que haga falta.

¿Cuánto voy a escribir hoy?

Para aquellos que escribimos formatos largos (novela, novela corta), la cuenta de palabras puede ser un modo útil de eliminar la ansiedad que produce embarcarse en un proyecto cuya finalización no es a ojos vista. Las palabras suman, la novela avanza. Tener un número de palabras planificado por sesión no solo nos proporciona una sensación de progreso, sino que nos hace escribir más deprisa y entrar con mayor rapidez en ese estado de flow o zen o como quieras llamarlo que nos trae de vez en cuando la bendita musa. Nos da un objetivo que alcanzar, y la sensación de orgullo que proporciona alcanzar esa meta es adictiva, tanto que queremos obtenerla una y otra vez.

¿Sobre qué voy a escribir hoy?

Hacerse un pequeño guion antes de empezar la sesión de escritura puede parecer una pérdida de tiempo, pero a la larga es una buena inversión. No solo eliminará posibles tropiezos y bloqueos mientras escribimos, acabará con el temido síndrome de la página en blanco y nos ayudará a ordenar mentalmente de la forma más efectiva aquello que queremos expresar. No es obligatorio luego seguir el guion, pero tendremos un punto de partida y un sitio al que volver si nos perdemos.

¿He apagado mi editor interno?

Miedo. Perfeccionismo. Autocrítica. Duda.

No hay sitio para ninguna de estas cosas ahora mismo. Tú lo que vienes es a escribir. Ya editarás, te quejarás y criticarás después. Este momento es solo para ti, y para tu talento creativo y alucinante.

10 PREGUNTAS MIENTRAS ESCRIBES

¿Esto de qué va?

La narración no debe ser como un riachuelo con meandros, metiéndose entre las rocas y por todas partes sin tener ni idea de a dónde va. No. Nuestra narración debe ser más como un río poderoso, de donde pueden salir afluentes igualmente interesantes, pero que tiene muy claro dónde está el mar y cuál es el que le toca, aunque sea un terrible océano de sehnsucht y fastidio vital que no tenga ningún sentido para nadie excepto para nosotros. Porque…

¿Estoy escribiendo para mí?

Ahora mismo no estás escribiendo para mujeres pelirrojas carpinteras de Wisconsin de entre 35 y 35,6 años de edad. No, esto que estás escribiendo es solo para ti. Luego ya editarás, te llevarás las manos a la cabeza y te gritarás «¡idiota!». Ahora mismo tienes que estar escribiendo aquello que te hace reír, llorar, gemir, emocionarte en general (pero excitarte no. Eso es importante. Una vez un editor de una revista erótica me dijo que uno no debe tocarse mientras escribe. Créeme, es un gran consejo). Si tú te emocionas, hay más posibilidades de que tu lector se emocione. Lo cual nos lleva a la siguiente pregunta.

¿Me estoy divirtiendo?

Vale, tal vez escribir la muerte por decapitación de tu personaje favorito no sea tu idea de diversión, pero sabes a qué me refiero. Si lo estás viviendo, si te estás involucrando con la narración, te lo estarás pasando pipa. Si te estás aburriendo muchísimo, piensa en lo que se va a aburrir tu lector. Yo antes pensaba que había partes que había que escribir por narices. Ya sabes: descripciones de la luz dorada del atardecer sobre las hojas, o de los colores de las lavanderas en las plazas mientras charlan, con sus dieciocho tipos diferentes de tablas de lavar que a continuación describiremos en exquisito detalle… etc.

Fue toda una revelación descubrir que no hay absolutamente ninguna obligación en absolutamente ningún manual sagrado de escritura para hacer ese tipo de cosas. Así que es el momento de meter un robot de dieciocho metros, o una nube con forma de pene, o un altavoz minúsculo y rosa que reproduce canciones de reguetón mientras todas las lavanderas se contonean con sensualidad. Lo que sea. No hay más límites que los de la coherencia interior del mundo que has creado.

Ojo: también habrá veces en las que será difícil escribir algo, no por aburrimiento sino por puro reto técnico. Estas son las partes a las que deberemos entregarnos sin dudarlo, ya que ahí aprenderemos a velocidades supersónicas.

¿Qué quieren los personajes?

A no ser que estés escribiendo un tratado de mil páginas sobre cómo comerse una magdalena o la abulia insoportable de ser un adolescente en la América de Salinger, tus personajes tienen que querer algo. Puedes sentarlos en un banco a charlar sobre supuestas intrascendencias, pero están esperando a Godot, quieren que llegue ya el muy petardo. Siempre buscan, necesitan, desean, y eso es lo que los hace diferentes, interesantes.

¿Hay conflicto?

Precisamente porque los personajes quieren cosas, aunque solo sea un vaso de Fanta, va a haber conflicto. Igual yo quiero tu vaso de Fanta y voy a hacer todo lo posible para robártelo. Igual tengo tal necesidad de tomarme un vaso de Fanta que voy a prostituirme para poder pagarlo, o atracar bancos, o asaltar carruajes en un mundo épico-western retrofuturista. Si no hay conflicto, la narración no avanza. Y eso suele considerarse aburrido, a no ser que seas, no sé, Joyce o Foster Wallace.

Al personaje le tienen que pasar cosas. Y si son cosas malas, engancha más. El ser humano es así, morboso por naturaleza.

¿Cuál es el tema real?

¿Qué es lo que se esconde debajo de tu texto? ¿De qué va en realidad? Y me dirás, con razón: «Gabriella, cómo te repites, eso ya lo has preguntado antes». Pero llega el momento de pensarlo de nuevo. Antes nos hemos preguntado de qué va nuestro texto en apariencia, cuál es la trama. Tal vez la novela sea sobre la necesidad de tirar un anillo a un volcán para salvar al mundo, pero por debajo de todo eso encontramos una historia sobre la amistad, el valor y el sacrificio. Si tienes muy claro cuál es el tema real que subyace a tu historia, tendrás mucho más claro cómo escribirla. Y te saldrán cosas más profundas, con más niveles de sentido y todo eso de lo que nos encanta hablar a los aspirantes a narratólogos.

¿Esta escena sirve de algo?

Esto se une a lo de aburrirse y a las descripciones de las lavanderas. ¿Aporta algo esta parte que estoy escribiendo? ¿Tiene sentido dentro del texto? ¿Hace que

la narración avance? Si la respuesta a estas tres preguntas es no, es hora de pasar a la parte interesante.

¿Estoy guardando mi documento?

No solo deberías estar guardando tu documento cada poco tiempo (de hecho, deberías configurar la función de autoguardado del procesador de texto que uses para guardar a intervalos cortos), sino que deberías estar guardándolo en varios sitios distintos. En la nube, en un pendrive, en posits rosas pegados a la nevera… en todos los sitios posibles. Escribir 36000 palabras para luego perderlas en el terrible vacío de un ordenador humeante o de un disco duro corrupto es una sensación que muchos escritores describirían como «morir a cámara lenta».

¿Sufro de bloqueo o parálisis creativo?

Si la respuesta es sí, prueba alguna de las siguientes técnicas:

Cambia de actividad (puedes escribir otra cosa; o hacer algo de ejercicio o darte un baño o una ducha caliente. Todas son cosas que suelen ayudar a relajarnos y eliminar la frustración y desesperación que suelen acompañar al bloqueo y bloquearnos más entoavía). Pero no hagas nada que te aleje ya para el resto del día de tu texto, como jugar al Candy Crush o pelear con leopardos por dinero.

Prueba un poco de escritura libre. Tú sigue escribiendo, a lo loco y sin pensar, aunque sea la frase «sin dinero y sin cerveza, el escritor pierde la cabeza» una y otra vez. Tu mujer, tus hijos y ese hotel encantado en el que te has encerrado a escribir te lo agradecerán.

Utiliza lo aleatorio. Ve a Wikipedia y dale al artículo aleatorio, o busca un generador de palabras aleatorias como el que tiene The Free Dictionary. O abre un diccionario un par de veces al azar. Mezcla las palabras que nada tienen que ver unas con otras, o los conceptos que has encontrado sin querer. No solo es un método genial para desbloquearse, sino que se te ocurrirán ideas muy originales, que de otra forma nunca te habrían venido a la cabeza.

¿Estoy en un momento genial, en una escena importante donde pasan muchas cosas? Es hora de dejarlo.

Ya lo decía Hemingway. La mejor manera de coger con ganas un texto al día siguiente es meterse de lleno en este en un momento crucial. Hay escritores que

necesitan cerrar una sesión, pero jugar con el efecto Zeigarnik (esa manía que tiene nuestro cerebro de querer cerrar bucles de pensamiento) puede ser muy provechoso para que el cerebro siga trabajando en segundo plano.

Si quieres terminar la escena que estás escribiendo, adelante. Pero si la dejas abierta, al día siguiente la cogerás con muchísimas más ganas. Y recuerda: lo más difícil de escribir es ponerse.

5 PREGUNTAS PARA DESPUÉS DE ESCRIBIR

¿Qué tal ha ido la sesión?

Una vez has terminado, es el momento de pararte a analizar qué tal ha ido. ¿Te has podido concentrar, han fluido las ideas? ¿O te has notado con cansancio, luchando contra viento y marea para escribir una sola frase? Ten en cuenta que el entorno y la hora del día influyen mucho en tu estado mental y creativo. Cuando adoptas la costumbre de analizar cada sesión, enseguida comienzas a distinguir patrones, y comprenderás qué momentos y circunstancias son mejores para sentarte a escribir.

Ahora también es un buen instante para preparar un pequeño guion de lo que te gustaría hacer en la sesión siguiente; es bueno anotar cualquier obviedad que queda por continuar, porque por mucha obviedad que parezca ahora, mañana es posible que se te haya olvidado.

¿Me he perdido?

Relee lo escrito y pregúntate si tiene sentido, o si parece que has dado más vueltas que alguien buscando aparcamiento en Fuengirola un sábado noche. Ahora es el momento de analizar la estructura y reajustar lo necesario para el guion previo del día siguiente.

¿Hay algo que pueda recortar?

Esta es una pregunta un poco trampa, porque la respuesta siempre es sí. Ni todo lo que has escrito es genial ni es necesario. De hecho, es muy probable que la mayoría sea más bien mediocre. Todos producimos porquería. Mete tijera sin miedo.

También es el momento de añadir: detalles que se te habían escapado, la ornamentación justa y necesaria, intervenciones de diálogo que se han quedado

cojas, etc. Y conflicto, claro. Si en las últimas 3000 palabras no pasa nada, es hora de meter alienígenas. O una guerra nuclear. O un espectáculo de ratones bailarines. Lo que sea.

¿Cometo mogoyón de faltas?

Otra pregunta con trampa: sí, sí, las cometes. Ni los correctores se libran de meter la gamba (seguro que en este artículo la he metido unas cuantas veces. Pero sí, el mogoyón era intencionado; y sí, sí, por supuesto que alguien se horrorizó con mi terrible falta en el apartado de comentarios de mi blog cuando publiqué este artículo). Revisa con conciencia: busca faltas de ortografía y de gramática, pero busca también fallos de coherencia y de contenido. Edita, edita, edita, sin merced. Este texto ya no es tuyo, es de un inútil que no sabe escribir y al que tienes que salvar como sea. Más tijera y a ponerse el sombrero de corrector sin piedad. Todavía tendrás que dar unas cuantas vueltas más al texto, pero ahora es un buen momento para dar ese primer repaso.

Si necesitas ayuda con eso de corregir, te recuerdo que escribí una pequeña guía útil que igual te viene bien. Es un artículo que tienes en este mismo libro: 14 pasos básicos para corregir tu libro.

¿Lo que he escrito está bien o es una porquería muy grande?

Sí, ahora es el momento de hacerse esta pregunta. Si la respuesta tira más por el lado de la porquería, no borres, por lo menos no todavía. Si hay párrafos que no te convencen, corta y pégalos en otro documento. Más adelante, con la frialdad del tiempo y el juicio menos nublado, pueden ser útiles.

Y esto es todo, por ahora. Veinte preguntas que pueden ayudarte a sacarle el máximo rendimiento a una sesión de escritura. Por supuesto, puedes añadir las tuyas, las que sabes que te ayudan. Y tampoco tienes que usar las veinte si no quieres.

Coge lo que te convenza y abandona lo que no.

Pero escribe.

¿Es malo contar palabras?

¿Te suena alguna de estas frases?

«No entiendo esta obsesión con decirnos cuántas palabras escribís al día. Eso no es lo que importa».

«Yo me preocupo por la calidad de lo que escribo, no de la cantidad».

«Es imposible escribir una novela en un mes».

Habrá quien no sepa qué es NaNoWrimo (National Novel Writing Month). Se trata de un evento anual que comenzó en EEUU en 1999 y que anima a la gente a escribir una novela en el mes de noviembre. Quien dice novela dice 50000 palabras, que es el objetivo del mes. 50000 palabras son unas 1667 palabras al día.

Todos los noviembres leo y oigo afirmaciones como las que acabas de ver más arriba.

Cantidad versus calidad

Ya has leído por aquí la anécdota de la clase de cerámica.

Cuando llegó el día de poner las notas, recordarás que ocurrió algo muy curioso: las obras de mayor calidad las habían producido los del grupo a los que se calificaba por peso. Parece ser que mientras los del grupo calificado por cantidad/peso estaban ocupados haciendo un montón de jarrones de cerámica, el grupo de calidad dedicó todo su tiempo a teorizar sobre qué era la perfección y cómo conseguirla, y tenían poco más que un montoncito de barro triste.

Pero ya conoces esta historia, perdóname. En realidad, luego descubrí que no ocurrió con cerámica: esa fue la imagen que utilizaron los autores del libro Art and Fear al contar la anécdota, pero el experimento que se llevó a cabo fue con fotos. Lo realizó el fotógrafo Jerry Uelsmann en la Universidad de Florida con sus alumnos, con ánimo de motivarlos. Sea como sea, el resultado es el mismo: en el terreno artístico, la cantidad que producimos es tremendamente valiosa. Pero sigo encontrándome con muchísimas personas que piensan que escribir mucho (o

escribir rápido) es sinónimo de mala escritura.

Cada noviembre, con eso del NaNoWriMo, encuentro el rechazo habitual de muchos escritores a la idea de escribir una novela en 30 días.

El NaNoWrimo no consiste en escribir una novela en 30 días. Consiste en escribir un borrador de 50000 palabras en un mes. La planificación ha de hacerse antes. La reescritura, edición y corrección deben realizarse después. Escribir un borrador es muy posible en un mes, sobre todo si ya tienes cierta práctica en la escritura. Publicar una obra finalizada es algo muy distinto. Muchas obras de éxito salieron del NaNoWrimo y también una cantidad tremenda de basura, como ocurre con todo lo que se escribe.

He escrito en el blog en mayor profundidad sobre el NaNoWrimo y allí, precisamente, incluí lo de la clase de cerámica/fotografía. El poder de la práctica deliberada hace que la cantidad pueda llevar a la calidad. Recordemos aquello que decía Bradbury de que es imposible escribir 52 relatos malos seguidos. Siempre que la práctica tenga propósito, claro: si siempre haces lo mismo y no investigas sobre tu arte, tu escritura no mejorará. Tampoco vale escribir corriendo un borrador de 50000 palabras y mandarlo tal cual a una editorial (o autopublicarlo).

Escribir lento tiene su peligro. Se dice que James Joyce estaba contento si en un día de trabajo conseguía escribir una frase. Pero, a no ser que quieras escribir el Ulises, no lo considero un buen ejemplo. Obsesionarse con cada oración en la fase inicial de escritura puede (y suele) crear bloqueos. Si tenemos editor y creador trabajando al unísono en nuestra cabeza, el resultado suele ser cierta parálisis. Estas funciones recurren a nuestro cerebro de forma distinta, y nuestro cerebro prefiere enfocar su atención en una sola cosa a la vez.

Ahí queda lo de la cantidad. Pero volvamos a lo de contar palabras, porque resulta que no es algo casual, ni se hace (normalmente) para presumir.

Por qué contar palabras sí puede ser para ti

Contar palabras ayuda a concentrarse en la cantidad, no en la calidad. Esto sirve para apagar el editor interno ya mencionado y eliminar bloqueos. Una reescritura posterior es crucial, pero recordemos también que algo hecho es mejor que algo perfecto: a nivel psicológico, una obra terminada es mucho mejor que cinco textos a medias.

Contar palabras es una parte importante de la implementación del hábito de

la escritura. Crear un hábito es la herramienta más eficaz para escritores que necesitan más disciplina, que no escriben tanto como querrían. Y contar palabras es una de las mediciones más eficaces para el trabajo diario. Es más eficiente decir «hoy escribiré 500 palabras» que «hoy escribiré durante media hora», porque la segunda opción abre la puerta a distracciones.

Contar palabras y compartirlas en público (por muy irritante que esto pueda ser para tus contactos no escritores) ayuda a mantener un sentido de la responsabilidad en la disciplina de escribir. Si me comprometo a publicar a diario en mis redes sociales el número de palabras escritas, cumpliré todos los días solo por no sentir que estoy fallando, por demostrar que no soy una persona mentirosa. Nuestros hábitos y disciplina están íntimamente vinculados a nuestro sentido de la identidad (cómo nos percibimos a nosotros mismos y cómo queremos que nos perciban otros).

Qué narices, contar palabras es divertido. Motiva mucho ver la acumulación que se produce tras el trabajo diario, sobre todo cuando hay otras personas que comparten ese entusiasmo contigo. No olvidemos que escribir es una labor solitaria y sentir que formas parte de una comunidad que está en las mismas que tú inspira bastante.

PERO. Pero. Pero. Escribir 7000 palabras en un día y decirlo en público solo para chulear de lo que molas y de cómo eres mejor que todo el mundo no es buena idea. Este tipo de mentalidad es la que le da mala fama a esto de contar palabras, y además suele venir de gente que un día se da la paliza y escribe 7000 palabras y al siguiente escribe cero. Por suerte, este último caso es minoritario. Los escritores compartimos nuestro número alcanzado igual que otros comparten fotos de sus bebés o sus perretes: queremos comunicar nuestro entusiasmo y amor con el mundo.

Tenednos paciencia. Llegará además el día en que dejemos de molestar con este tema, porque...

Los métodos varían según tu nivel de habilidad y experiencia

Los métodos de escritura no son universales. Todos los consejos no sirven para todos los escritores. No es lo mismo un escritor que empieza que un escritor que lleva años publicando. Yo ya no cuento palabras (a no ser que forme parte de un calendario de trabajo con fecha estipulada de entrega o que esté midiendo mi trabajo por capítulos, con límites concretos de palabras), pero lo hice durante

mucho tiempo y fue una herramienta fundamental para mi desarrollo como autora.

Entiende que nadie te obliga a seguir un método determinado. Si a ti te ayuda contar palabras, cuenta palabras. Si te ayuda hacer sesiones de tres horas, haz sesiones de tres horas. Si te ayuda escribir a la pata coja sobre la joroba de un dromedario… bueno, no sé, me parece muy desconsiderado para con el dromedario.

Haz las cosas a tu manera, pero hazlas porque funcionan. Tampoco te empeñes en hacer cosas que dan malos resultados solo por cabezonería.

Experimenta, analiza resultados y establece tus rutinas

Suena aburrido. Parte del rechazo a esto de contar palabras es que nos parece muy técnico, obsesivo, poco artístico. Parece que nos resta libertad. Y sin embargo, la libertad que nos concede es extraordinaria. Mi coautor y yo escribimos Crónicas del fin de una manera ordenada y muy precisa, casi obsesiva. Te puede gustar o no (la escena de la tipa que se come a su compañero divide bastante), pero creo que pocos lectores podrán decir que es una obra aburrida, lenta o comedida.

Flaubert dijo algo que fue mi firma de email durante un tiempo: «Sé constante y ordenado en tu vida, para que puedas ser violento y original en tu trabajo».

Creo que mi gran error durante muchos años fue pensar que el trabajo artístico era todo furia y llamas y creación desatada. Poco hablamos del aburrimiento, de la desgana, de los días como hoy, en los que escribo con dolor de cabeza y los ojos medio cerrados de sueño cuando preferiría estar viendo la temporada nueva de The Good Place o leyendo a Angela Carter.

Qué poco hablamos de cosas tediosas, como contar palabras.

Qué poco hablamos de la importancia del aburrimiento.

Técnica literaria

(Métodos y maneras de escribir mejor)

Siete métodos probados para planificar tu novela

Esta mañana ha tenido lugar una dura batalla en mi casa.

Ha sido entre mi cama y tú.

No te engaño: tenías todas las de perder.

Mi cama es tremendamente lujuriosa. Tiene un colchón finito y mullido encima del colchón normal; es una delicia a la escandinava que conseguí en unas rebajas de Ikea. Tiene un bonito cobertor de jacquard y una manta peludita y muy suave. Tiene varias almohadas y cojines. Es una cama con un poder de seducción inconmensurable (y creo que con esto ya he gastado las veces que se nos permite a los escritores utilizar la palabra inconmensurable). Hasta tiene un gato negro encima, que de vez en cuando se estira y me mira con ojos de incredulidad. No, él tampoco entiende cómo puedo salir de ese paraíso.

La batalla ha sido dura, pero, contra todo pronóstico y apuesta, al final has ganado tú.

No es que yo vaya a levantar el país con este artículo, ni voy a cambiar tu vida. Pero a veces sueño con que sí. Tengo fantasías disparatadas en las que alguien lee este artículo y escribe la Gran Novela Española. Y luego me escribe para restregarme que ha ganado algún premio nacional y yo lo odio y me arrepiento de haber escrito este artículo.

Pero mejor no sigo con ese hilo de razonamiento.

Hoy vengo a hablarte de los siete métodos más comunes para planificar una novela. Son los más comunes, supuestamente, porque son los que suelen dar mejores resultados. No te preocupes, ahora analizaremos por qué.

Recordarás (a lo mejor) que en el blog hablé del método de Chandler Bolt para planificar un libro, utilizando el braindumping y el mindmapping y todos esos anglicismos tan molones. Al poco de escribirlo, dando vueltas al tema de la planificación de novelas, encontré un artículo de NowNovel con los siete métodos más usuales, y recomiendo echarle un vistazo si te defiendes con el idioma. Pero, como quiero hacerte la vida más fácil, en este artículo mío voy a explicar un poco

en qué consiste cada método y cómo puede aplicarse, en mi experiencia y escasa sabiduría, a la creación narrativa.

Antes de nada, una anotación. Como he mencionado antes en este libro, generalmente se suele clasificar a los escritores en dos tipos: escritores de brújula y escritores de mapa, aunque también se habla de escritor paisajista, una especie de estadio intermedio. Los escritores de brújula tienen todo muy claro en su cabeza, pero se dejan arrastrar por las musas, a ver qué ocurre en la historia. Los de mapa planifican. Quiero dejar claros estos conceptos para que analices qué tipo de escritura realizas y veas cuáles de los métodos que trato a continuación se adaptan mejor a tu proceso.

Aunque hay quien dice que es brújula «puro», la mayoría de las personas necesitamos apuntar información para no volvernos locos. Porque haya dos personas ahí fuera capaces de escribir a lo suicida, no cometas el error de creer que eres uno de ellos, sobre todo si no tienes la experiencia de varias novelas a tus espaldas que te lo confirmen. Insisto en que uno de los problemas más comunes que he visto en los autores que conozco es que a la hora de corregir y editar se topan con atascos gordos de coherencia y contenido que quitan mucho tiempo y dan grandes quebraderos de cabeza. Con una buena planificación, esto no ocurre. Puede ser incluso peor: puedes verte tirando 90000 palabras a la basura por no planificar de forma adecuada. Sí, esa fue mi gran tragedia. No seas como yo.

¿Sigues conmigo? Vamos con la lista de métodos.

1. El método tradicional

(O: Mejor me organizo un poco antes de empezar).

Seguramente este sea el método que más usamos todos. Se trata de ordenar lo que vamos a escribir en secciones, normalmente capítulos. También hay quien divide por escenas, un método que se asocia más a lo que se conoce como escaleta.

¿Qué es la escaleta?

Me alegro de que me lo preguntes. Bueno, no, no me alegro nada, porque responder a eso ya pueden ser unas 500 palabras más en este artículo.

La escaleta es una de esas cosas misteriosas que, según a quien le preguntes, varía. Sí, una escaleta cinematográfica, por ejemplo, es algo muy claro y definido. Pero ¿cómo aplicarlo a la escritura de una novela? En una simple búsqueda en

Google encontrarás como mínimo cuatro o cinco versiones diferentes de cómo enfocar y realizar una escaleta narrativa. Pero suelen coincidir en la división del texto por escenas, por lo que yo la incluiría en este apartado.

En el fondo, todo vuelve a lo mismo: en el método tradicional, se ordena la novela por secciones, ya sea por ideas (ordenadas cronológicamente), pasos, capítulos o escenas. Es la forma más utilizada. Yo la uso cuando escribo con otra persona, por pura supervivencia de ambos. Para escribir en solitario, suele ser un método que utilizo un poco después, cuando ya tengo escritas todas las ideas y recortes y resúmenes de escenas, para ordenar todo el barullo en mi cabeza.

Hay muchas maneras de aplicar este método. Es común usar tarjetas o fichas, porque luego puedes cambiarlas de sitio y experimentar con un orden diferente; además es una forma muy visual de tener toda tu trama delante. Con programas como Scrivener, ni siquiera es necesario tener tarjetas de papel: el programa te proporciona un tablón virtual donde organizarte. También puedes usar un cuaderno, con una hoja por cada capítulo (donde pondrás el resumen de escenas). Sospecho que esto explica por qué escritoras como Gloria T. Dauden o Victoria Álvarez están convirtiendo su casa en una sucursal de PaperBlanks.

Este método también ayuda mucho a los que necesitamos controlar la extensión de cada capítulo y de la obra en general, por aquello de exigencias editoriales y facilidad de lectura.

2. La sinopsis

(O: Voy a soltarlo todo de golpe, pero en pequeñito).

Otro sistema bastante común. Es, básicamente, hacer un resumen de tu novela. Aquí no te preocupes por capítulos ni separación de escena, tiras millas y lo sueltas todo. Al tener una cualidad más narrativa, menos estructurada, este sistema funciona mejor para autores que sienten que las escaletas y similares ahogan su creatividad.

Esta sinopsis o resumen es para tu uso particular, claro, pero es muy útil a la hora de componer las sinopsis que tendrás que mandar a editoriales, agentes y etc. Saber resumir tu obra de manera atractiva es una habilidad crucial para un escritor que busque editor, o para un escritor que necesite hacer un poco de copywriting para embaucar atraer a su público.

Este ejercicio puede combinarse además con el freewriting o escritura libre. Si todavía te faltan partes de tu novela por decidir, puede liberar tu imaginación y actuar como una tormenta de ideas dirigida, que te dejará mucho más claro todo lo que no terminabas de encajar. Se parece un poco al método del borrador cero (que veremos más adelante), pero la idea no es escribir todo lo que pasa en tu texto, sino crear una sinopsis convincente y luego irla desarrollando.

3. El método copo de nieve

(O: Soy programador informático, pero también escribo).

Ya se ha hablado mucho de este método, y en la bibliografía tienes una explicación pormenorizada de cómo se utiliza. Parte de una sinopsis ultrarresumida (una sola frase) y la va ampliando, nivel a nivel, hasta ir formando escenas, capítulos, etc. Imagínate una célula que se multiplica, una y otra vez, creando un cuerpo complejo multicelular. O una madriguera con dos conejos que se dedican a tener conejitos, que a su vez se dedican a tener conejitos, que a su vez… Eso. De tu frase sale una sinopsis, de la sinopsis sale un resumen y del resumen salen todas las escenas. Asimismo, de pequeñas descripciones de personajes salen fichas enteras, complejas. Esto permite entender a la perfección el núcleo de todo lo que estás desarrollando, sin perderte por el camino.

Lo bueno de este método es que proporciona una buena organización a todo el trabajo de creación previo: te enseña a crear buenas hojas de personajes y otros recursos que sirven para ampliar tu worldbuilding. Es muy útil para gente que gusta de tenerlo todo muy estructurado y que trabaja con novelas con un orden bien definido. No es apto para aquellos que necesitan cierta libertad creativa durante el proceso de escritura, para los que trabajan con novelas experimentales, vanguardistas ni para los que eligen la subcategoría «posmodernismo» en Amazon[2].

Otro aspecto interesante de este método es que no solo sirve para planificar desde cero: también puede utilizarse para dar estructura y coherencia a una novela ya escrita o en proceso.

4. El método de los tres actos

(O: Si ya le funcionaba a Aristóteles, por algo sería).

Esto es lo que nos enseñan en el colegio: las novelas (y relatos) se dividen en exposición (o introducción), nudo (o desarrollo) y desenlace (o conclusión).

Es una estructura que sigue utilizándose, bien porque funciona o bien porque nos hemos acostumbrado tanto a ella que ya cualquier otra cosa nos resulta un poco extraña.

¿Cómo aplicarla a tu novela?

Hay mucho debate acerca de qué escenas meter en cada parte, de hasta dónde llega cada una, etc., etc, etc., por la simple razón de que una de las formas más comunes que tenemos los escritores de procrastinar es hablar y opinar sobre escritura. En NowNovel lo explican de este modo:

Con esta estructura, el primer cuarto de tu novela será el primer acto (exposición). El último cuarto será el tercer acto (desenlace). El 50% que queda en mitad será el segundo acto (nudo).

El primer acto necesita de tres elementos principales: 1) La escena de apertura ya presenta al personaje, al entorno y al conflicto; 2) el evento desencadenante ocurre pronto y pone a tu personaje en el camino que lo llevará al conflicto principal; y 3) el conflicto principal o primer punto de inflexión se presentará al final del primer acto. También se conoce a este punto como el punto de no retorno para el personaje.

En el segundo acto, la acción deberá llegar a su clímax justo a la mitad. A veces esto se conoce como inversión, porque lo cambia todo. El segundo acto finaliza con un nuevo punto de inflexión.

El tercer acto llega a un nuevo clímax y finaliza con una resolución del conflicto.

¿Complicado? Sí, pero muchas novelas siguen este esquema tal cual (en novelas de fantasía, sobre todo, está clarísimo). Es un sistema eficaz, un modo de mantener el interés del lector y el buen ritmo. Creo que puedes adoptarlo si lo que buscas es una lectura rápida y que se venda bien, pero estoy muy lejos de considerarlo obligatorio. Mantener la tríada básica exposición-nudo-desenlace puede ser importante, pero considero que todo lo demás queda al gusto del autor. Recuerdo una reseña que leí a una buena novela que se pasaba el esquema antes enumerado por sus partes más íntimas, y donde se le criticaba, por ejemplo, que no presentase personaje, entorno y conflicto en las primeras páginas. El reseñador estaba claramente enfadado porque no se seguía un dictamen que le parecía indispensable (y esta es la razón por la que a lo mejor es preferible que no te

reseñen escritores).

Otro ejemplo que me parece interesante es La cosecha de Samhein (ya, ya, tiro de lo que mejor conozco, perdón), el primer libro de El ciclo de la Luna Roja, de José Antonio Cotrina. Se le criticó que tardaba en enganchar, ya que no se presentaba el conflicto ya en el primer capítulo. Y sí, es cierto, tarda en enganchar. Pero el juego de empezar presentando tópicos de la literatura juvenil para luego darles la vuelta al completo con la presentación de Rocavorancolia y el rollito prejuegosdeljambre de «vamos a morir todos» a mí (y a muchos otros lectores) me cautivó. Me pareció original. En este sentido, se sacrificó salida comercial (enganchar al lector desde las primeras páginas, que no abandone el libro) en aras de una mayor riqueza textual. ¿Arriesgado? Sí, desde luego.

No, este sistema no es indispensable. Es útil si quieres vender más libros y tener enganchados a tus lectores, pero no es indispensable para hacer una buena obra, te lo prometo.

Lo que sí podría ser indispensable (si quieres vender más de tres libros), repito, es respetar la clasificación básica: exposición, nudo, desenlace. Todo lo demás depende de tus ganas de jugar al juego al que quieren jugar tus lectores (y pocos quieren jugar al ajedrez, eso te lo aseguro).

5. El método del viaje del héroe

(O: Sí, voy a seguir hablando de El ciclo de la Luna Roja).

Basado en el estudio de mitos de Joseph Campbell, este método parte del hecho de que muchos mitos comparten ciertos elementos (Propp también tiene muchas teorías interesantes al respecto, como seguramente sabrás). Se supone que puede haber hasta 17 pasos, pero el viaje del héroe se divide, en su esquema más básico, también en la tríada aristotélica de exposición-nudo-desenlace. Campbell define a estas tres secciones como separación (o partida), iniciación y retorno. Y se desarrollan así:

En la primera sección, el protagonista recibe una llamada a la acción y la rechaza. Luego se encuentra con un mentor o entidad sobrenatural y cruza a un mundo diferente. Así pasa a la segunda sección.

En la segunda sección, el protagonista sufre todo tipo de pruebas y tentaciones, está a punto de morir o de perderlo todo y entonces recibe una gran recompensa.

En la tercera sección, el protagonista debe regresar al mundo normal y puede que allí tenga una gran persecución o enfrentamiento, pero triunfa al final.

Aquí El ciclo de la Luna Roja también realiza un juego interesante. La cosecha de Samhein es, totalmente, sobre el encuentro de los personajes con el nuevo mundo mágico. En Los hijos de las tinieblas, vemos todas las pruebas y tentaciones, todas esas casi-muertes (o muertes a secas, ejem). En La sombra de la luna, esperamos, por tanto, el regreso al mundo real y la batalla última, donde los héroes se enfrentan al adversario.

Nos sabemos tanto esta estructura que nos gusta cuando le dan un giro inesperado bien hecho. No quiero estropearle a nadie el final, así que me limitaré a decir que en la tercera sección (La sombra de la luna), este mandamiento se pone patas arriba.

Lo bueno de esta estructura, como verás, es que se sigue utilizando porque funciona, pero ese uso repetido permite que el autor se tome libertades y juegue con las expectativas del lector. Siempre que sepa hacerlo bien, claro, que trastocar fórmulas ancestrales es un deporte peligroso.

Tanto en este método como en el anterior, no hay más que coger estas fórmulas y ampliar esas bases para ir construyendo la novela poco a poco. Esto, a su vez, puede hacerse de muchas maneras, aunque cualquier esquema tradicional por capítulos o escenas puede servir.

6. El método de la pirámide de Freytag

(O: Cómo usar una pirámide o un hoyo para vender libros).

La piramide de Freytag es otro método que parte de estructuras reconocidas de narrativa y no es muy diferente de los puntos anteriores. La novela se dividiría en los siguientes puntos:

Exposición: Se ofrecen los datos más importantes para empezar a entender la obra.

Desarrollo: Comienza a ampliarse la trama.

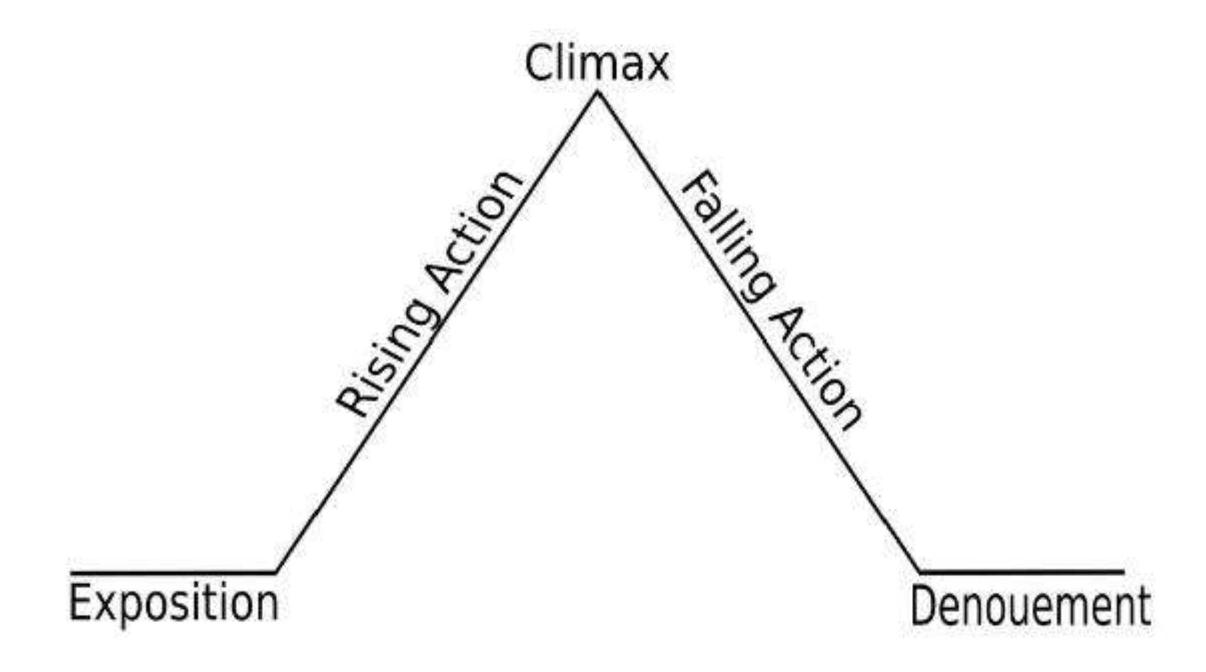
Punto decisivo: Una decisión fundamental, una gran revelación… se trata de un momento de cambio importante.

Clímax (punto culminante): El momento de mayor tensión, resultado del punto anterior.

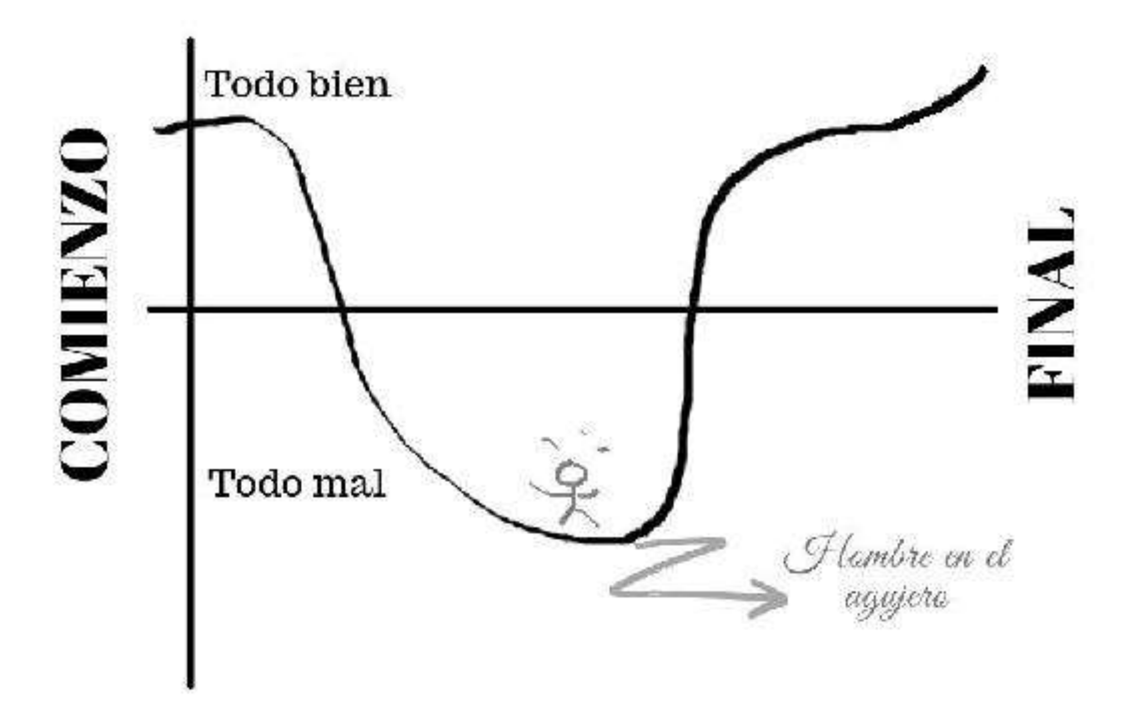
Desenlace: El clímax va bajando y vamos conociendo sus consecuencias.

Final: Se cierra la trama.

Por seguir con el ejemplo anterior, el clímax de El ciclo de la Luna Roja estaría en el momento en que sí, FINALMENTE, sale la dichosa luna que ha tenido tan preocupados a todos los pobres niñitos perdidos en Rocavarancolia. Como es evidente, las consecuencias de la salida de la luna serán las que acelerarán la acción en dirección a una gran batalla que culminará en la resolución final. En esta imagen de la Wikipedia puedes ver la representación gráfica de esta estructura:



¿Te suena? Hay otra forma de verlo, invertida, concentrada en el conflicto. Hablo del «hombre cae en agujero» de Vonnegut. En el fondo, considero que son más o menos lo mismo, si bien uno pone el enfoque en ir poco a poco aumentando la tensión dramática y el otro en ir poniéndole las cosas cada vez más difíciles al personaje (esto es: más o menos lo mismo). Lo importante es la presentación de un conflicto para crear tensión hasta el punto de clímax y luego ir solucionando dicha tensión hasta llegar a la resolución final.



O por lo menos es lo importante para crear un libro comercialmente apetecible, según Vonnegut. El mundo está lleno de científicos que han analizado las estructuras básicas de la literatura de éxito, la literatura que ha sobrevivido al paso del tiempo o incluso la literatura que vende a montones y luego es olvidada, pero lo que queda claro es que cómo usamos el conflicto en nuestra obra (y los temas, emociones y tendencias que reflejamos en ella) siempre será determinante.

7. El método del borrador cero

(O: Cómo planifico si soy escritor de brújula).

Considerado el mejor método para aquellos que gustan de ir por libre y no planificar nada, también se conoce como «borrador de descubrimiento». La idea es que vas descubriendo de qué va tu novela conforme vas escribiendo un primer borrador resumido y guarro. Este método es además fenomenal para cargarse inseguridades y bloqueos, porque sabes que luego ya te tocará volver y convertir tu borrador en algo que merezca la pena.

Según NowNovel, puede ser un borrador muy extenso, incluso de 100 o 200 páginas. Sí, es casi un libro, solo que te saltas los detalles, escribes rápido y dejas muchas notas de cosas que luego tendrás que comprobar, documentar y ampliar (ya sabes, notas como: «investigar cuánto se tarda a caballo entre Neptuno y Plutón», «describir palacio de la reina de las hormigas mutantes» o «insertar

escena de doble penetración aquí»).

Lo bueno de este método del borrador rápido para planificar tu novela es que descubrirás enseguida si hay aspectos de tu trama que no se sostienen, sin tener que dedicarte luego a una edición compleja y desquiciante para arreglar todos los problemas del libro (si es que pueden arreglarse). Te encontrarás con posibles problemas antes de ponerte a escribir el libro definitivo, y eso vale su peso en oro, aunque, al ser un concepto abstracto, no pesa nada y por tanto esa es una comparación realmente mala, Gabriella.

8. Bonus: escribir desde el centro

(O: Encontrar primero la chicha y luego escribir el resto).

Aparte de los siete métodos propuestos, me gustaría exponer otro del que ya he hablado en otras ocasiones: el método de James Scott Bell. Bell analizó un buen montón de novelas clásicas y modernas de alta calidad, y encontró que tenían algo en común: la esencia de la trama se revelaba en el centro físico de la novela, en un momento de reflexión (consciente o no) que él llama «momento del espejo». Para Bell, era evidente que estos escritores tenían muy claro cuál era el corazón de su argumento y eso les facilitaba crear un texto multicapa que realmente llegaba al lector.

Así que se planteó lo siguiente: ¿por qué no empezar al revés? En vez de analizar cuál es la esencia de nuestra novela una vez la hemos terminado, ¿por qué no encontrar esa esencia y construir la novela alrededor? Te recomiendo muy muchísimo su libro Write Your Novel from the Middle, donde detalla este método, pero te lo resumo aquí, muy brevemente.

Scott Bell expone dos métodos, uno para escritores que gustan de planificar con orden y lógica, y otro para los que escriben con brújula.

Para los planificadores:

Bell habla de signpost moments, momentos clave o señal en la novela. Esta sería la estructura propuesta, compuesta de estos momentos clave:

Problema de apertura: Cualquier conflicto o problema, que se presenta ya en la primera escena.

Personaje afectivo: Presentación de alguien que se preocupa por el

protagonista, alguien importante para él/ella.

Argumento en oposición a la transformación: El personaje expresa alguna idea o convicción que se habrá transformado para cuando lleguemos al final de la novela. Es un punto que marca el inicio de la transformación del personaje. Un ejemplo claro está en todas esas novelas donde el personaje se muere por salir de su pueblo natal, pero al final tiene unas ganas de volver a casa que no puede con ellas.

Se aproxima una tormenta: Debe de haber alguna indicación de que todo no va a seguir tan tranquilito como hasta ahora.

Puerta de no retorno 1: Lanza al personaje a los enfrentamientos del segundo acto (nudo).

Patada en la espinilla: Al intentar avanzar y resolver el problema, el personaje se enfrenta a un nuevo problema que le pone las cosas aún más difíciles.

El momento espejo: Este es un momento clave en la estructura de Bell, ya que es el momento en que el personaje se mira en el espejo (no de forma literal, aunque también puede hacerse) y se pregunta en qué se está convirtiendo, quién es. Este es el momento en que se refleja la esencia de la trama, el corazón de tu obra. Es una clave autorreflexiva fundamental, y para entenderla recomiendo, una vez más, que se lea el libro completo de Bell.

Acaricia al perro: Aun metido en un embrollo terrible, el personaje ayuda a alguien más débil, muestra su humanidad. Considero que esto puede ser muy eficiente para provocar un poquito de empatía al lector, incluso hacia el personaje más despreciable.

Puerta sin retorno 2: El personaje realiza un descubrimiento o encuentra una pista clave, que lo dirigirá al enfrentamiento final.

Se acumulan tropas: El adversario sabe que el personaje ya se ha puesto en movimiento y acumula fuerzas/tropas/maldades en preparación.

Se apagan las luces: El momento más oscuro para el personaje, en que parece que todo se ha perdido.

El factor Q: Llamado así en honor al personaje Q en las aventuras de James Bond, que siempre le daba artilugios que luego lo sacaban de los peores apuros. El

personaje consigue salir de ese momento oscuro del punto 11 usando alguna herramienta (física o metafórica) que se le ha proporcionado al principio de la novela. Para esto recomiendo que leas el artículo de Víctor Selles en el blog de Lecturonauta sobre el foreshadowing o la anticipación en la narrativa.

La batalla final: ¿Superará el personaje a su adversario (sea, también, una persona física o un conflicto moral)? ¿Tomará las decisiones correctas?

Transformación: Normalmente el último capítulo del libro nos muestra de algún modo lo que ha cambiado el personaje, ya sea para bien o para mal. El tipo de transformación será lo que más afectará al impacto emocional en el lector.

Y, para los escritores de brújula, propone las siguientes preguntas:

¿Cuál es tu personaje principal? ¿Cuál es su problema?

¿Tiene tu personaje principal un defecto moral que está haciendo daño a otros? Si no es así, ¿puedes otorgarle uno?

Una vez integrado este defecto, analiza qué lo ha causado. Métete en su trasfondo para averiguar de dónde procede.

¿Quieres terminar el libro con un final positivo? Entonces, ¿cómo supera ese defecto y se transforma? ¿Cómo será esa escena?

¿Quieres escribir un final oscuro? ¿Cómo encontrará tu personaje su oportunidad de transformarse y cómo lo rechazará?

Y ahora, lo más difícil: diseñar el momento espejo. Si tu personaje estuviera frente a un espejo, justo a mitad de la novela, ¿qué se diría a sí mismo/a?[3]

Aunque me gusta la planificación, reconozco que estas preguntas de Bell me han explicado mucho sobre la novela que ahora estoy corrigiendo. El hecho de que el final parta de una decisión moral del personaje me proporciona una guía clara de cómo ha llegado hasta ese punto y me permite dejárselo también un poco más claro al lector. Creo que estos conceptos que expone Bell pueden servir también para novelas en proceso u obras ya terminadas.

Ahí los tienes, 7 (+1) métodos más comunes (y posiblemente eficientes) para planificar una novela, basados en estructuras de novelas y narraciones de gran éxito (ya sea comercial y/o de calidad). Repito que puedes añadir a estos el método

de Chandler Bolt, que además integra el trabajo diario como herramienta indispensable. Como ves, escribir es un acto libre y creativo, pero también puede beneficiarse de una construcción deliberada y ordenada de trama.

Y yo ya estoy en pie; has alejado de mí el dulce canto de sirena de una cama tentadora (que, por cierto, sigue sin hacerse).

Ahora igual toca quitarse el pijama.

Cómo escribir una novela con el método de las treinta escenas

Hay maneras incontables de planificar una novela, como acabamos de ver. Todo el que te hable de su método te dirá que es el único y el mejor, pero si tenemos en cuenta que cada persona es un cúmulo de experiencias, circunstancias y procesos de aprendizaje distintos, tiene sentido que al final lo importante sea encontrar qué método te funciona a ti. Dicho esto, me topé con un sistema que me pareció, cuanto menos, curioso. Se trata del método 10-20-30, que también podríamos llamar «el método de las capas» o «el método de las treinta escenas».

Ya sabes que hay gente que se dedica a analizar las estructuras de los superventas con la esperanza de reproducir su éxito. Christine Frazier, por ejemplo, ha hecho un trabajo alucinante de estudio de las partes que componen ciertas obras de triunfo arrollador. Otra gran profesional en esto de la deconstrucción y construcción de lo literario es C. S. Lakin. Fue en su blog, Live Write Thrive, donde encontré por primera vez el concepto de escribir por capas o niveles.

Cómo usar el 10-20-30

Antes de nada, una pequeña aclaración: en los talleres anglosajones es común que se hable de scenes, escenas, como unidades narrativas. Piensa en una escena como en el cine: una situación concreta que ocurre en un solo lugar, generalmente con los mismos personajes. Puede coincidir con un capítulo o puede haber varias escenas en un solo capítulo (puede hacerte la vida más fácil, no obstante, realizar una escena por capítulo, si divides en capítulos tus obras).

Lakin propone escribir una novela mediante niveles de escenas. Una vez tengamos claro en nuestra cabeza (y sobre el papel) cuál es la trama principal de nuestra obra (y Lakin tiene todo un sistema para eso también, pero vamos a resumirlo en que además de la trama básica necesitas conocer el sentido de tu novela), te toca crear las diez escenas principales de tu obra. Estas serían las diez escenas que narran la trama principal, con los personajes principales. Esas diez escenas básicas son tu primera capa o nivel.

La segunda capa estaría compuesta de subtramas. Una subtrama es algo menos fundamental para el desarrollo de la historia, pero que está estrechamente

vinculada con esta: narra las acciones de los personajes secundarios, que suelen influir en el desarrollo de la trama principal de los protagonistas. Una subtrama sería, por ejemplo, la muerte de Mercucio a manos de Teobaldo en Romeo y Julieta: es algo que afecta a Romeo y al desarrollo de la obra, pero que no le ocurre directamente a él (si bien él es indirectamente responsable de esta). En Las amistades peligrosas, el amor entre Cécile de Volanges y el caballero Danceny forma parte de una subtrama: no es una relación entre los dos protagonistas, pero sí que es un elemento clave para el enfrentamiento final en el que fallece el vizconde de Valmont.

Lakin propone la creación de diez escenas más que narren las subtramas. Con esto, tendríamos ya una estructura de veinte escenas.

Y, finalmente, crearíamos diez escenas más que servirían como escenas puente: escenas que unen a las demás y las integran en el conjunto. Son los pasillos necesarios para llevarnos de una habitación de esta gran casa novelística a otra. Imagina, por ejemplo, todas las escenas de gente viajando de un lado a otro en Canción de hielo y fuego o muchos de los diálogos de carácter político en la serie de libros de Dune. También entran aquí escenas creadas para presentar personajes o mundos, o las escenas de pistas menores y conversaciones de barras de bar en las novelas clásicas de detectives (ya sabes, con la ronda habitual de charla insustancial donde de repente el camarero soltará alguna pista menor pero necesaria para encontrar a un sospechoso que resultará no ser el asesino).

¡Ojo! Esto no quiere decir que en esas diez escenas adicionales no pase nada. Muchas veces son escenas en las que se muestra el proceso de los personajes, cómo acaban reaccionando a las cosas importantes que les han ocurrido en la trama principal. Por ejemplo, si un personaje ha sido secuestrado, una de esas escenas puente sería una muestra de cómo está sobrellevando ese secuestro, el miedo y rencor (o valor temerario, según el personaje) y sus intentos de encontrar una escapatoria.

Estas treinta escenas totales pueden ordenarse de la manera que queramos, pero Lakin insiste en que deben tener en cuenta ese elemento importante que acabo de mencionar: la acción-reacción. Para crear un todo coherente, las acciones de los personajes deben aportar algo al grueso de la narración, es decir: deben tener reacciones (o ser, a su vez, reacción a algo). Si un personaje grita el nombre de su madre al viento, esto debe ser o bien una acción que tenga una reacción por algún lado, o bien una reacción a algo que ha ocurrido antes (aunque ese algo se nos revele más adelante). Si un personaje principal grita el nombre de su madre al

viento sin más, el efecto en el lector será un poco como el efecto que tienen los típicos capítulos de relleno sin peso que encontramos en tantas obras y series de televisión (y algunas películas independientes francesas): aburrimiento y desconcierto.

(A no ser que estés escribiendo prosa experimental o surrealista. En ese caso, continúa con tu vida como si nunca hubieras leído este artículo).

Lakin lo compara a trabajar con piedras, arena y agua. Las escenas básicas de la trama son las piedras, que vas echando en un recipiente. Vas rellenando los huecos con arena, que son las diez escenas de subtrama. Y luego das forma a todo, alcanzando todos los recovecos con un buen chorro de agua, que serían las diez escenas puente. Si quieres un ejemplo práctico, ella lo expone aquí (en inglés, eso sí), usando su novela como base.

Puede parecer complicado, pero Lakin propone un ejercicio: leer una novela que te guste y que te haya enganchado, y ver si eres capaz de dar con esos niveles de escena. No tienen por qué ser treinta: a lo mejor son veinticinco o cuarenta y dos. Ella asegura que dicho ejercicio te ayudará en gran medida a construir tus propios niveles. En el peor de los casos, creo que es un método que, por lo menos, tendrá una estructura coherente y una trama apasionante.

Que es más de lo que podemos decir de muchos novelistas.

Es posible que, en vez de brújula y mapa, los escritores se dividan en otros dos tipos: escritores que pasan olímpicamente de pensar en la parte técnica de su novela y se limitan a escribir sin más (como ya he dicho, habrá algún genio por ahí que sea una Excelsa Excepción, pero los resultados de este acercamiento no suelen ser bonicos) y los que se obsesionan durante años con la estructura y la forma perfecta, y nunca terminan su novela. Los métodos y las tácticas están bien, pero de nada sirven si no los llevamos a la práctica, que es donde realmente aprendemos.

¿Te quedas conmigo, aquí en el camino intermedio?

He traído té, vino y bolitas de coco recubiertas de chocolate.

Nueve técnicas para que tus lectores se estremezcan de emoción

Vikram Seth tardó unos diez años en escribir Un buen partido y yo me lo leí en una semana.

Cuán ingrata la labor laboriosa y labrada del autor.

Como lectores, damos por sentado ese trabajo, damos por sentado mucho de lo que nos encontramos en un libro. Podemos fijarnos con facilidad en lo que no nos gusta, pero cuando encontramos un libro que nos apasiona, que nos engancha, no nos preguntamos el porqué. Creemos que eso ocurre por arte de magia, como resultado de una escena de esas de sitcom o de comedia romántica en la que los protagonistas limpian la casa en apenas un batir de pestañas, con una banda sonora animada de bailoteo de fondo. El autor empieza a escribir y sus dedos hechizados vuelan sobre su teclado chiripitufláutico[4].

Damos por sentado lo bueno, lo que no se ve. No somos tan inconscientes con lo malo, con la basura que alguien ha barrido bajo la alfombra. Contra eso no hay música chachi de bailoteo que valga.

¿Alguna vez te has preguntado por qué nos irrita tanto encontrar cosas que no nos convencen, que están mal hechas, en un libro? No hay más que ver las críticas de lectores a un libro que no les parece bueno: son rabiosas, son muy… personales. ¿Quién no ha querido prender fuego a algo tras encontrar un gerundio de posteridad, eh?

Mi teoría es que es por culpa del sueño de ficción. En cualquier texto narrativo, sea una novela, una película, una serie de televisión o un relato ilustrado, entramos en un pacto. Sí, hacemos un pacto con el escritor que viene a ser el siguiente: voy a creerme todo lo que me cuentes a partir de ahora, pero a cambio tú tienes que sumergirme en un estado casi de trance, hipnótico, por el que yo me veré inmerso en el mundo que has creado.

Como en cualquier pacto, si una parte no cumple con lo prometido, la otra se siente traicionada. Y, por desgracia, a los escritores no se nos permite enfadarnos si un lector no ha entrado en nuestro sueño, porque, gracias a esa

maravilla llamada ley de la oferta y la demanda, es el lector quien tiene todo el poder.

Como escritores, es nuestra obligación inevitable que el pacto funcione. Esto implica dos cosas: 1) no cagarla (o, por lo menos, no cagarla lo bastante como para sacar al lector demasiado de ese trance) y 2) crear el trance, para empezar. Como escritores, en nuestro oficio está entender cómo crear esa magia que los lectores disfrutan igual que un buen truco de prestidigitación. Ellos disfrutan del sentido de la maravilla, pero somos nosotros quienes tenemos que currarnos el truco.

Cuando alguien empieza a escribir, cree que los grandes trucos de magia se realizan con habilidad innata (¡talento!). No es consciente de las horas de práctica y estudio que hacen falta para que el lector se crea que el conejo ha salido de la chistera o que hemos cortado de verdad de la buena a esa señorita por la mitad, sí, a la del biquini y tacones en dorado y lentejuelas.

Una de las mejores formas para que el lector se crea todo eso de la chistera y las lentejuelas es mediante la creación de un tono, una ambientación emocional.

Cómo crear un tono emocional

El tono o ambientación emocional es una de esas cosas que se considera que debemos saber hacer de manera intuitiva. Pese a esto, en los años que he trabajado como lectora profesional, correctora y editora, solo he encontrado a un puñadito de escritores que supieran crear el tono necesario para que el lector entrase por completo en la emotividad buscada por el autor. Incluso los autores más experimentados pueden tener problemas con esto.

No hablo solo de crear una respuesta emocional en el lector, que sienta lo que sienten tus personajes: se trata de que cada escena (y la obra en total) sea coherente con el tipo de emoción que pretendemos suscitar.

Por ejemplo: piensa en la última vez que leíste algo que te dio miedo. Algo no da miedo porque de repente salte un monstruo de debajo de la cama. Da miedo porque el monstruo salta en un momento que el autor ha preparado con celo. Da miedo porque a lo largo de toda la obra sabemos que va a ocurrir algo terrible, algo amenazador. No sabemos muy bien por qué: nadie nos lo ha dicho de forma explícita. Estamos en tensión y, cuando el monstruo aparece, saltamos de miedo. Esta es una de las razones por las que Stephen King tiene tanto éxito: sus monstruos no aparecen de repente en una comunidad feliz y relajada; aparecen en

un entorno que ya conocemos como enfermizo, turbado. Es la razón por la que siempre que se habla de Clive Barker se habla de un terror perverso, erótico, aunque en realidad en sus novelas no hay un gran contenido sexual al uso: todo en su lenguaje, en su prosa, está teñido de obscenidad.

Esta ambientación y anticipación no se reducen al famoso fusil de Chéjov. No hemos colgado el arma de un clavo de la pared y punto. Hay un trabajo que va mucho más allá. En lo que he podido comprobar y analizar, depende sobre todo de estos recursos:

1. Elige bien tus verbos y adjetivos

Creo que el ejemplo ya mencionado de Clive Barker es una muestra excelente del uso de ciertos verbos y adjetivos para crear una ambientación. No es lo mismo decir rojo que decir vino, bermellón, carmín o encarnado. No es lo mismo herir que empalar, lamer con un filo, atravesar, penetrar, revelar la carne bajo la piel. Por extraño que parezca, el uso de cierto vocabulario crea conexiones peculiares en nuestro cerebro. Lo sexual aquí se expresa a través de la violencia, lo que convierte algo lascivo, desagradable o incluso repugnante en algo estético (¡y viceversa!). Todas las palabras no son iguales y la polisemia es poderosa, al igual que el símil y la metáfora.

Si estás buscando crear un tono en tu escena (o tal vez en tu novela o relato completo), deberás analizar qué verbos utilizas. Los verbos son los núcleos de nuestra forma, el motor de nuestro lenguaje: son la base de lo que escribimos. Busca adjetivos para rellenar, para colorear y apuntar detalles (nunca por obligación, nunca porque puedes. Solo porque son necesarios y aportan algo a tu dibujo).

¡No uses adjetivos porque sí! Piensa en tu pobre lector cada vez que digas que la nieve es blanca, que el sol es brillante, que una chica es guapa o que a todo el mundo le favorece el vaquero.

Un texto aséptico, frío, buscará verbos funcionales, sencillos. Un texto visceral, de esos que casi pueden tocarse con las manos, buscará palabras que expresen color y sensorialidad. Desde hace un par de años, no uso un solo color sin una razón para ello. Cada matiz es simbólico de algo o parte de una búsqueda eufónica. ¡Sí, el sonido es muy importante! Del mismo modo, todo lo que ocurre en una escena debe estar marcado por los sentidos de los personajes. Un personaje feliz encontrará olores deliciosos, texturas agradables bajo las yemas de sus dedos.

Un personaje en conflicto encontrará obstáculos donde vaya: olores fuera de lugar, sonidos discordantes. Un personaje deprimido encontrará anhedonia a su alrededor: colores enmudecidos, sabores blandos.

Empieza ya a crear listas de verbos y adjetivos que representen aquello que tú quieres contar. Eso sí: no uses esto como excusa para abusar de palabros, de términos casi desconocidos o muy técnicos. Utiliza estos vocablos tan cargados con moderación, encuentra el lugar exacto para ellos.

2. Ajusta tu texto a la velocidad de la acción

Muchos autores no son conscientes de que el poder emotivo de una historia no está solo en la que cuentan, sino en cómo la cuentan, desde la parte «macro» (estructura, disposición de la trama) hasta la «micro» (léxico, sintaxis, fonética). Y algo tan «micro» como la longitud de tus frases influye en el estado emocional del lector.

Un texto descriptivo, de oraciones largas y complejas, crea una sensación de calma, de expectativa. Un texto activo, lleno de verbos y frases cortas, crea velocidad, movimiento, intriga, miedo. Es por esto por lo que tantas novelas comienzan con prosa colorida, densa y trabajada, pero culminan en párrafos cortos de frases rápidas y sencillas.

Es importante mantener cierta variedad en la longitud de tus oraciones, para no aburrir al lector, en general. Puedes leer más sobre el tema del ritmo a nivel oracional en este artículo de Isaac Belmar (que también tienes en la bibliografía, al final).

3. Conoce el lenguaje de tu género

Dicho todo esto, debemos ser conscientes de que nuestro uso del lenguaje no es igual en cada género y temática. Los lectores de cada género tienen sus propias convenciones y cada nicho tiene una expectativa. Es por esto por lo que novelas románticas de prosa densa y trabajada son menos comunes, por lo que novelas de fantasía épica con prosa limpia y rápida son muy escasas y por lo que novelas policíacas no suelen utilizar oraciones largas y descriptivas.

Así es. Lo siento, detective Johanssenbërg. No disponemos de tres páginas para que reflexiones sobre la esencia de la vida y del ser humano mientras describimos de forma meticulosa cada centímetro de piel abrasada del cadáver y alguien recita de fondo canciones de Bruce Springsteen. Otra vez será.

Esta es la teoría, claro. Solo hay que ver algunos clásicos para ver que la novela de corte romántico puede construirse con prosa lenta; hay novelas de fantasía de estilo cortante y limpio; hay escritores, como John Connolly, que transforman la novela detectivesca en una descripción florida constante. No obstante, estos autores son excepciones por algo: los lectores tienen sus exigencias. Nadie dice que no puedas escribir fuera de su convención, pero vas a tener mucho más difícil llegar a tu público.

4. Aprende a usar el ma (o incluso el efecto niebla)

Pocas cosas hay tan eficientes a la hora de manipular a tu lector… quiero decir… a la hora de crear un texto que guste a tu público objetivo que aprender a usar la pausa. Hay artistas que definen su arte por cómo «utilizan el vacío» y esto no es casual.

Ya hablé en mi blog sobre el ma, el respiro narrativo que propone Miyazaki en sus películas. En todas sus obras, hay un momento de pausa, de reflexión, que corta la acción anterior y permite al espectador asimilar lo ya presentado, empezar a dotarlo de significado. Tras ese respiro, llega de nuevo la marcha, pero son esas pausas las que nos permiten calibrar lo que estamos asimilando.

El texto narrativo necesita también sus pausas, sus paradas. El lector necesita coger aire y los personajes necesitan reflexionar un poco sobre qué están haciendo. Es complicado elegir y crear esos espacios, pero el autor experimentado sabe escoger el momento: estas pausas son herramientas para conseguir que tu lector sienta lo que tú quieres que sienta.

Aparte del ma, hay otro recurso manipulador que forma estados emocionales en el lector, que Umberto Eco llama «efecto niebla» o «efecto de bruma». Es muy difícil de conseguir y no es necesario para todos los autores, pero puedo asegurar que cualquier escritor que consiga efectuarlo conseguirá un resultado físico en su lector, una sensación trascendental que lo marcará para siempre. Creo honestamente que el efecto niebla es una marca de escritor sobresaliente. Para mí, el genio indiscutible en esto es Ishiguro (aunque McCarthy, Houllebecq y Angela Carter, por ejemplo, lo llevan a su terreno con gran soltura). Puede gustarte o no cuando te hace entrar en su sueño particular, pero saldrás afectado de su experiencia. Hay tres obras donde Ishiguro lo consigue a nivel sobresaliente, a mi juicio: Pálida luz en las colinas, Los inconsolables y Cuando fuimos huérfanos. En cada una de esas obras, la prosa hace que entres en una suerte de hipnosis, que dejes de saber exactamente en qué lugar o tiempo estás

dentro de la obra, creando un efecto onírico sorprendente.

Para entender la complicadísima estructura que hay detrás de este efecto, recomiendo leer el artículo sobre Sylvie de Nerval, de Umberto Eco (incluido en su libro de ensayos Sobre literatura), donde lo analiza a nivel formal (examina las urdimbres). Ver detrás del telón para este tipo de recurso quita el aliento: nos enseña cómo una técnica magistral produce resultados magistrales.

No estoy diciendo aquí que uses el efecto niebla. No es para todos los libros, ni de lejos. Pero entender cómo se orquesta algo tan avanzado es un paso en la dirección correcta: nos permite entender que en una obra prodigiosa que despierta verdaderas emociones y sensaciones casi físicas en el lector nada es gratuito

5. Aprende a crear un ritmo adecuado

Si has leído 70 trucos para sacarle brillo a tu novela, recordarás uno de los trucos que apunté en referencia a la corrección general de la estructura de una obra. Imprime tu texto de modo que puedas extenderlo todo frente a ti (ponlo a una fuente pequeña, tipo 9 o así) y marca en colores diferentes lo que ocurre en cada hoja: ve haciendo grandes equis en cada página, usando, por ejemplo, el rojo para las escenas románticas, el azul para la acción y el verde para escenas informativas y/o descriptivas. Puedes usar más colores para más opciones si lo deseas (por ejemplo, un morado para información fundamental, que desvela sorpresas o resuelve misterios).

Con todos esos colores frente a ti, puedes ver qué sobra y qué falta.

Esto también dependerá del género, por supuesto. Si escribes romántica y hay poco rojo, tienes un problema. Si escribes thrillers de acción y hay poco azul, eso tienes que solucionarlo y rápido. Pero lo importante es entender que el estado emocional de tu lector depende también de la tensión y velocidad que apliques a tu estructura. Una buena novela es como una buena canción de esas épicas de los ochenta: tiene su crescendo bien montado, su punto crítico, central, con sus motivos recurrentes (ese estribillo glorioso) y una conducción temeraria hacia el clímax.

Si alguna vez tienes dudas sobre cómo estructurar el ritmo de tu novela, escucha (y ve, por supuesto) Total Eclipse of the Heart, de Bonnie Tyler.

Eso último era una broma.

O tal vez no.

6. Enseña (de verdad) lo que ocurre

Ya me ha pasado en más de una ocasión, ayudando a clientes con sus novelas, que me he encontrado con algo que cuentan que es potente, asqueroso o triste, y a mí no me llegaba esa fuerza, repulsión o melancolía. Me costaba encontrar el porqué, hasta que di con la clave: no me llegaba porque me lo estaban contando, no lo estaba viendo. Esto ocurre cuando el hecho importante se narra a posteriori. Es lo que pasa cuando George R. R. Martin cuenta una batalla después de que haya ocurrido: no la vemos, no estamos allí. También pasa cuando encontramos el cadáver después del asesinato, en vez de que se nos narre, paso a paso, ese asesinato.

Esto no significa que tengas que ponerte pesado y mostrar todas las acciones conforme pasan (en el caso de Martin, esto alargaría aún más sus ya larguísimas obras), ni que tengas que revolcarte en el lodo de la casquería, pero es impresionante la cantidad de veces que los autores contamos algo de pasada en vez de enseñarlo, bien por pereza o bien porque nos da miedo o porque nos parece demasiado difícil. Para el lector, con frecuencia es el efecto ese de fundido en negro de las películas. ¡No, queremos ver el sexo!

He dicho miedo, sí. Hace poco «limpié» un poco un relato (eliminé algunas cositas un tanto explícitas), porque tenía intención de mandarlo a un concurso. Luego me acordé de mi relato Y diente por diente y lo mal que lo pasé escribiéndolo. Cierto es que hay lectores a los que Y diente por diente no les gustó. Pero cuando alguien me dice que con ese relato lo pasó mal, me siento orgullosa de haber conseguido despertar esa emoción en el lector.

Así que el relato «limpiado» se «deslimpió» y dudo que lo mande a ningún concurso. Estará más cómodo autopublicado o en alguna antología. A veces enseñar algo que el relato necesita es más importante que pensar en un lector genérico.

No me entiendas mal: esto de lo que hablo no es exactamente lo mismo que el famoso show, don't tell. Tampoco quiero decir que haya que mostrarlo todo: la economía puede ser crucial en un texto. Me refiero más bien a que si hay algo que es relevante y que te da pereza o reparo contar, y sientes la tentación de hacer un «y entonces pasó esto» en vez de narrarlo, puede ser una razón poderosa para intentar mejorar como escritor y enfrentarte a tus demonios.

Tu texto te lo agradecerá.

7. Anticipa

No hay mucho que yo pueda decir sobre los elementos de anticipación que no se haya dicho ya. Es muy importante conocer el tono que quieres crear en general para tu obra, porque estos elementos van a marcarlo.

Imagina que tienes un personaje que vive feliz en una granja bucólica en un campo más verde que lo más verde que te puedas imaginar. En algún momento de la novela, habrá un asesinato. No quieres que tu lector sepa esto, no todavía. Pero la inserción de pequeños símbolos y pistas van a crear tensión, una sensación de inevitabilidad que hará que luego el asesinato será mucho más potente. Tu personaje puede encontrar un animal muerto, una flor marchita. Una fotografía sale algo borrosa. La puerta del porche hace un ruido raro, crujen los goznes y esos crujidos parecen lamentos. La pintura de ese porche se reseca, la madera se pudre.

Meter pistas simbólicas es una de mis partes favoritas de escribir. Las pistas anticipatorias son promesas de conflicto. Y en lo que a tono emocional se refiere, no hay nada como el conflicto, como veremos ahora.

8. Crea conflicto y dale consecuencias

Imagínate si metemos todas esas pistas mencionadas y luego no pasa nada. Se podría hacer, pero ¿no crees que tu lector se sentiría decepcionado, casi estafado?

Ahora está muy de moda eso de matar personajes, pero no siempre fue así. Una de las razones por las que me enamoré de José Antonio Cotrina[5] es porque demuestra en sus obras que el peligro es real, que las amenazas del autor no son en vano. Para que el lector se angustie, para que se crea que el protagonista corre peligro real, deben ocurrir cosas malas a los protagonistas. En El ciclo de la Luna Roja, que es trilogía juvenil, los lectores no podían creerse que había personajes que morían: y algunos eran personajes muy queridos, además. Si una ciudad quiere matarte, eso solo da miedo si de verdad acaba matando a alguien cerca de ti.

En La canción secreta del mundo, lleva esto más allá. No haré spoilers concretos, pero los que lo han leído saben muy bien de qué escena hablo cuando digo que hay una parte en la que estás convencido, como lector, de que va a aparecer un deus ex machina para salvar a ciertos personajes Y NO ES

ASÍ. La sensación de incredulidad, la cara de pasmo que se te queda es tremenda. Así, en todo el libro se crea una respuesta emocional de temor y tensión.

El conflicto y el deseo son los grandes agentes de la trama y de la emoción. Como decía Vonnegut, tu personaje debe querer algo, desear algo con fuerza, aunque sea un vaso de agua. Y el conflicto es todo aquello que le quita ese vaso de agua, que le impide obtenerlo. Necesitas conflictos y deseos poderosos para que al lector le importe algo de lo que le estás contando. Y para que esos conflictos y deseos sean creíbles, necesitas consecuencias.

9. Mantén coherencia de tono… casi siempre

Un error muy frecuente en autores que empiezan (y en más de un profesional) es insertar momentos emocionales que no encajan con el texto circundante. Yo soy muy dada a meter pinceladas de humor en mis obras y más de un lector cero me ha tirado de las orejas por introducir esas pinceladas en situaciones dramáticas. Por mucho que mi propio ingenio me seduzca (¿y a qué escritor no?), es mejor recortar que utilizar un elemento que saque a tu lector de esa ambientación emocional que tanto te ha costado crear.

Esta coherencia no tiene que ser absoluta. Porque tu libro sea cómico no significa que no puedas meter circunstancias trágicas (que se lo digan a Pratchett); escribir terror no implica que no pueda haber pequeños toques de humor. El truco está en saber cuándo utilizarlos. Si has dedicado trabajo y tiempo a crear una sensación pertinente en una escena, no cambies el tono. Las pinceladas de emoción en contraste deben ser trazos pequeños que compongan parte del cuadro, nunca grandes brochazos que interrumpan la armonía de la obra artística. Esto suena lógico, ¿verdad? Nos resulta muy difícil verlo en nuestros textos, pero hay muchas posibilidades de que nosotros, también, metamos aquí la pata.

Cuando escribimos, creemos que basta con sentir nosotros algo para que el lector lo sienta también. Damos por sentado que el lector empatizará con nuestros personajes. Pero el tiempo y la experiencia te enseñan que esto no siempre es así. Que hay tanto, tanto detrás del escenario: ¡tanto trabajo en bambalinas!

Recuerdo que, cuando yo era adolescente, pensaba que los talleres y cursos de escritores eran una estafa. ¿Acaso no permite la genialidad del escritor que vale, que tiene talento, que se produzca un texto intuitivo, perfecto por sí mismo? Y ahora, cada vez que leo un buen texto, una obra de alta calidad, mi ojo analítico ve estructuras escondidas, herramientas y técnicas sutiles.

La belleza de la buena ficción está en no ver los hilos de la marioneta, en no ver cada brochazo ni las guías hechas en lápiz y ya borradas. A no ser que los busques de manera expresa, claro, con ese ojo analítico del escritor experimentado.

Aquella obra de arte que parece completada sin esfuerzo, sencilla y hermosa en su pureza, es una obra de arte técnicamente avanzada.

Haz reír, llorar, sufrir, temblar y odiar a tus lectores. Tú eres el dueño de sus emociones, pero sé consciente de que tu manipulación debe ser invisible. A nadie le gusta saber que lo están manipulando.

Nadie quiere ver la cámara ni el micrófono. Pero. Pero pero:

Más te vale que cámara y micrófono sean buenos (y que sepas usarlos bien) si quieres que el espectador se estremezca contigo.

Diez trucos diferentes para crear personajes inolvidables

Puedes crear al mejor personaje del mundo, pero no puedes obligar a tus lectores a que lo quieran.

En el albor de los tiempos, cuando yo era una jovenzuela inexperta, me dolía mucho cuando alguien decía de mis personajes que no empatizaba con ellos. Que eran insoportables, aburridos o quejicas. No lo entendía. ¿Cómo podían decir eso de mis fantásticas florecillas preciosas? Con el tiempo aprendí aquello de que un libro, una vez publicado, ya no es tuyo, sino de tus lectores. Y lo que tú opines de tus personajes tiene poco que ver con cómo los perciben otras personas.

(Todo esto no quita que tenga mis momentos de irme a llorar a una esquina cuando alguien critica mi trabajo, claro. Todo escritor debe tener una esquina de llorar en su habitación, despacho o cocina, decorada a su gusto con los mejores muebles de Ikea).

Para empezar, creo que la experiencia lectora cambia mucho con la edad. Cuando leí La cosecha de Samhein (sí, estoy hablando otra vez de El ciclo de la Luna Roja) me encantó que saliera un protagonista, Hector, que era un poco cobarde, que tenía un poco de vértigo y que era muy inseguro y algo quejica. Esto es, posiblemente, porque yo tengo mis momentos cobardes, inseguros y quejicas (y tengo vértigo, sí, eso, también) y me gustaba ver a un personaje con el que me podía identificar en cierto modo. Héctor no se lanza a grandes heroicidades como otros, seguros y valientes, sino que se nos muestran sus miedos para que 1) veamos su evolución en los siguientes libros y 2) para que sus heroicidades sean realmente heroicas. Enfrentarte a algo a lo que no tienes miedo no tiene mucho mérito.

Sin embargo, en las críticas al libro, algunos lectores jóvenes tenían mucha tirria a Hector, precisamente porque era algo cobarde, inseguro y quejica. Preferían a los personajes más valerosos, tal vez más clásicos.

Creo que esta percepción tan distinta de Hector se debe a un bagaje lector también distinto. Cuando eres más joven, sueles buscar personajes a los que puedas entender de inmediato, que representen, tal vez, un ideal para ti (o por lo menos eso me ocurrió a mí con esa edad y es lo que suelo ver en muchos lectores

de juvenil). Cuando te haces adulto y, sobre todo si has leído mucho, esa simplificación empieza a aburrirte: cada vez estás más seguro de que el mundo no es ni blanco ni negro y te interesan más los personajes con miles de matices de gris.

Suele contar César Mallorquí que en el juvenil no es tan pecaminoso como en el adulto presentar tramas conocidas, ya que el lector joven no las suele tener tan vistas (pongo la excepción, claro, de lectores jóvenes con un bagaje lector impresionante, que haberlos haylos). Los adultos necesitamos un Hector, porque a los típicos chicos envalentonados los hemos visto ya demasiadas veces, y porque nos hemos dado cuenta de que no somos tan heroicos como nos gustaría pensar.

No siempre hacen falta personajes redondos

En ese sentido, creo que la caracterización de un personaje depende mucho del género y del público. Una novela detectivesca pulp no necesita la misma profundidad de caracterización que una novela negra al estilo escandinavo. El objetivo es muy distinto: se busca una experiencia lectora diferente. Del mismo modo, en la chick-lit más ligera suele haber menor estudio psicológico que en la grip-lit (pensemos en Perdida o La chica del tren). Ciertas novelas te pedirán a gritos a un señor con abdominales muy marcados; nadie hablará, empero, de sus habilidades sobrehumanas para resolver integrales avanzadas, ni de los premios obtenidos por su criadero de gansos turcos. Es lo que tienen las convenciones y las expectativas.

Un personaje plano no es siempre algo malo: lo podemos necesitar para construir algún secundario o incluso para un protagonista donde procuramos reproducir un estereotipo de nuestro género literario.

No obstante, ahí van diez trucos que me parecen excelentes para dar un poco más de color a nuestros personajes y hacer que sean no solo más creíbles y redondos, sino más memorables para el lector. No son los típicos trucos de contenido, más generales, que encontrarás en textos al uso (y que doy por sentado que conoces, de tanto verlos por todas partes). Son pinceladas formales, sutiles, que afectan a los lectores más de lo que creemos:

1. Símil y metáfora

La comparación es la reina de los recursos, porque hace cositas en nuestro cerebro que otros no pueden. Una metáfora facilita la comprensión de un concepto (siempre que esté bien hecha) y además hace que recordemos algo mejor,

sobre todo si implica a otros sentidos que no son el visual (o a partes de nuestro cerebro relacionadas con las funciones motrices). Podemos realizar esto de varias maneras. Ahí va un ejemplo:

Presentación sencilla:

Gina tenía el pelo negro.

Presentación mediante símil (X es como Y):

El pelo de Gina era oscuro y espeso como el petróleo.

Presentación mediante metáfora (X es Y):

Los mechones de petróleo de Gina se deslizaban por su espalda.

Te guste o no te guste, ¿qué descripción recordarás mejor?

Vamos ahora a meter otros sentidos por medio:

Gina olía bien.

Gina olía como jazmín al atardecer.

El perfume de Gina llegó inesperado, jazmín al atardecer.

Hay que tener mucho cuidado con la metáfora. Corremos el riesgo de acabar con un texto recargado, empalagoso. Y usar muchas metáforas hará que pierdan fuerza a nivel individual. Pero una metáfora ocasional, bien puesta, crea una imagen mucho más potente en la mente y memoria del lector. Si se asocia con un personaje, sobre todo si la asociación es sensorial o de movimiento, la percepción de rotundidad será mayor. Es decir, nuestro personaje será memorable.

2. Etiquetas

Este truco está muy asociado con el anterior y lo leí por primera vez en un artículo de John Yeoman para Write to Done. Consiste en asociar alguna característica a un personaje (darle una «etiqueta») y luego sustituir al personaje por esa misma característica. El truco de la metáfora pura, digamos, pero aprovechando la repetición. Veamos un ejemplo:

Juan era alto, con una cabeza desproporcionada. Parecía un chupachups.

Un poco más adelante en el texto, podemos decir esto:

El chupachups asintió con énfasis; por un momento temí que se le cayera la cabeza.

Esa asociación visual, como ves, es poderosa.

3. Diálogo

Sí, sí, todos sabemos que la forma de hablar de un personaje lo describe, le da vida. Pero ¿y si miramos no solo sus latiguillos, su acento, su lenguaje corporal, sino su propio ritmo de locución?

Todos nos expresamos de manera diferente y cómo lo hacemos dice mucho de nosotros. Mira la diferencia cuando lo aplicamos a un personaje:

Antes:

—Vete a tu cuarto —le dijo su madre—. Esta noche te quedas sin cenar.

Después:

—Tu cuarto. Ya. Ahora. —Su madre ni la miró—. Sin cena.

¿Ves la diferencia de tono? En este caso el personaje puede hablar así por las circunstancias, pero podemos dar un ritmo propio a cada uno, en general. Un personaje parco en palabras, severo, puede hablar con frases cortas, contundentes. Un personaje persuasivo, algo mentiroso, puede utilizar frases largas con palabras altisonantes.

4. Show, don’t tell

Soy muy culpable de crear personajes demasiado reflexivos, pero es algo que poco a poco intento solventar. Generalmente pocos lectores quieren leer páginas y páginas de las diatribas mentales de un personaje narcisista (con la posible excepción de los lectores de American Psycho, El guardián entre el centeno o cualquier obra de Houllebecq).

Y tampoco necesitamos descripciones de la personalidad de alguien. Es

mucho más eficiente mostrar a un personaje por sus acciones que por sus pensamientos. Es mucho más eficiente mostrar a un personaje por sus acciones que diciendo de forma directa al lector cómo es ese personaje.

Es la diferencia entre decir que Amanda es una mujer temeraria y crear una escena donde defiende a un amigo con su cuchillo de caza.

Esta regla es complicada y tampoco tiene que aplicarse al cien por cien. A veces no hay más remedio que decir algo; no todo se puede mostrar. Pero piénsalo: los resultados te lo agradecerán.

5. Destaca

Ya puedes tener al personaje más inútil del mundo, los lectores disfrutan si hay algo que sepa hacer mejor que los demás (aunque ese algo sea quejarse de su amarga suerte). Sí, hay excepciones para esto, y no es un mandamiento, pero que un personaje tenga algún don o talento especial hará que sobresalga y quede en el recuerdo.

No hablo de mary sues, cuidado. No se trata de hacer a un personaje guapo y listo que sea campeón internacional de ajedrez y armónica. Queremos personajes realistas y la realidad es que nadie es perfecto. Pero un personaje despreciable y sin nada que lo diferencie de los demás puede ser aburrido también. Hank Moody, de la serie Californication, es un inútil. No tiene sentido de la responsabilidad, mete la pata a cada paso que da, no hace más que estropear las relaciones con su hija y exmujer. Y sin embargo…

La importancia del talento

¿Por qué seguimos abogando por Hank, por qué queremos que las cosas le vayan bien? ¿Por qué muchos de los que lo rodean soportan sus idioteces? Porque es un escritor brillante.

El talento es algo muy atractivo. Sí, estamos todos hartos del rollo del elegido y del mesías, pero es que funciona. Si quieres que un lector se acuerde muy bien de tu personaje, dale un talento especial.

También podemos usar el recurso inverso: crear a un personaje que lo tiene todo, pero que tiene un defecto o debilidad que lo hace interesante. Esto suele funcionar porque ese defecto crea una contraposición cruda con todas sus virtudes. Un buen ejemplo es la kriptonita de Superman: sin ella, el hombre de acero sería

invencible (y muy aburrido).

Ahí está también Frank Underwood de House of Cards: genio político y estratega maquiavélico. Pero paga el precio de sus tres defectos principales: su soberbia, su total ausencia de moral (algo que vuelve a veces a morderle el culo) y, paradójicamente, los lazos de afecto que lo unen a su esposa. Y, al hilo de todo lo mencionado en el punto 3, lo que hace memorable a Underwood es también su voz: esa cadencia y ritmo sureño sin igual. De ahí la importancia del ritmo también en nuestros diálogos: definen a nuestros personajes.

6. La ropa

Sé que suene a tópico. ¿La ropa? Pues claro, ¿no es ahí donde empezamos, casi, a definir a un personaje?

Depende. De poco sirve decir que Toni llevaba un traje oscuro. ¿Pero y si decimos que en la oreja derecha lleva un pendiente largo? ¿Y si decimos que va a una boda con bermudas fluorescentes? No hay que decir nada más: la ropa y los accesorios nos hablan de cómo es el personaje.

¿Qué opinas de estos dos?

María se acarició el lóbulo de la oreja, pensativa. Llevaba medias perlas, de un par de centímetros cada una.

Esperé a Carlos en la discoteca. Nos encontramos ante dos gin-tonics. Hablé con él; me veía la cara reflejada en sus gafas de sol.

Podemos pensar que María es una chica con dinero; podemos pensar que Carlos es el típico idiota que usa gafas de sol en interiores. Podemos pensar muchas cosas; pero tenemos detalles que condicionan al lector. Si además en el atuendo hay algo especial, algo diferente, el impacto será mayor. Uno de los protagonistas de Todo lo que muere, de John Connolly, destaca por sus pintas extravagantes. Teniendo en cuenta que es un agente federal (hablo de memoria, puedes corregirme si me equivoco), un trabajo del que se espera seriedad, el impacto es mayor. Recuerda que lo inesperado, la contraposición paradójica de elementos, se le suele quedar grabadito al cerebro humano.

Al igual que utilizamos ropa y accesorios, podemos usar también su hogar o su coche. La forma en la que el personaje se desenvuelve en cada escenario nos dirá mucho, siempre que lo hagamos de una manera sutil y huyendo de los

estereotipos facilones. Recuerda que tus personajes son personas, y no hay una sola persona que no tenga algo inesperado o incoherente en su carácter.

7. La opinión de otros

Como eres una persona inteligente y sensible y perspicaz, te habrás dado cuenta de que a veces nos importa más la opinión que tengan otros de nosotros que la que podamos tener nosotros mismos. Si alguien te habla de una persona, aunque no la conozcas, tendrás prejuicios cuando te la encuentres, para bien o para mal. Esas opiniones y prejuicios pesan en nuestra memoria, a veces con más ímpetu que cuando se trata de percepciones propias, nacidas de cero.

Una forma eficiente de construir un show, don't tell peculiar y eficiente es hacer que el lector se forme una opinión de un personaje por lo que dicen de él. Si además quieres darle otra vuelta de tuerca aún más realista, puedes hacer que luego el personaje se comporte de una forma muy distinta al prejuicio del lector, lo que producirá un desconcierto de lo más estupendo.

Por ejemplo:

Caso A

Melinda es una chica muy guapa.

Caso B

—Me han dicho que la nueva es guapa. Muy guapa. —Sonia se atusó el pelo. Fingió indiferencia.

—No será para tanto —contestó Laura, que se recolocó la falda con disimulo.

—Pues es guapísima. Os lo digo yo, que la he visto. —Fabiola sonrió a sus compañeras. Iba a ser divertido ver cómo actuaban alrededor de Melinda.

En el segundo caso, tenemos un diálogo donde se discute la belleza de Melinda: el lector intuye que es tan guapa como afirman y que esto pone nerviosas a sus futuras compañeras. Esto es muchísimo más efectivo que decir luego al lector que Melinda es guapa. Además, si lo dicen otros así de pasada, en vez del propio narrador, se resta un tanto el efecto mary sue que debemos evitar. Una chica puede ser guapa, pero es irritante que el narrador la presente como tal: el lector no suele

querer personajes que respondan a cánones perfectos. Quiere personajes con los que se puede identificar, para obtener mayor empatía.

Sin pasarse, ojo. Si todas las féminas de nuestra obra se pasan el libro enterito peleándose con Melinda porque la envidian por lo guapa que es, este truco pierde su sentido. Evitemos el recurso Crepúsculo de la pobre protagonista que se considera fea pero de quien todos los demás personajes dicen que es lo maj bonico que ha parío madre.

En resumen: si lo que quieres es que Melinda sea un personaje digno de recuerdo, utiliza el caso B en vez del A. Esto lo utilizó con gran habilidad Torrente Ballester en Los gozos y las sombras, donde los personajes principales se definen no solo por sus actos, sino por la valoración constante que realizan de ellos los demás habitantes del pueblo. El desencuentro para el lector es fantástico: ¿a quién hace caso, a su propia opinión del personaje, o a lo que dicen una y otra vez otros de él?

8. Un secreto

Es inevitable. Los lectores somos cotillas. No hay nada que nos enganche más que un buen misterio. Y no hay personajes tan memorables como aquellos que esconden algo.

Si dejas claro que tu personaje miente, si insinúas que no está diciendo todo lo que debería decir, si dejas entrever que algo ha ocurrido en su pasado de lo que no quiere hablar… Todas son formas de conseguir que el lector siga pasando página para averiguarlo. Y los secretos de personajes no son el tipo de cosa donde convenga dejar un final abierto, ay. Un misterio a medio resolver no suele ser buena idea. ¿Subtramas sin cerrar, pero abiertas con elegancia? Está bien. ¿Un secreto de personaje donde nos quedamos con toda todita la intriga? Eso nos va a costar más perdonártelo.

Porque es así: somos MUY cotillas. Queremos saberlo todo sobre tu personaje interesante.

También está la opción de que el personaje tenga un secreto y el lector sea el único en saberlo. De ahí que funcione tan bien lo de la doble identidad del superhéroe. Nosotros sabemos quién es Batman, y nos ponemos nerviosos y emocionados a la vez ante la perspectiva de que alguien más lo averigüe.

Puedes revelar ese secreto o no al lector desde el principio, pero dale algo

misterioso a tu personaje. Algo de lo que, simplemente, no quiera hablar.

9. Una rareza

Esto no quiere decir, como diría Chuck Wendig, que tengas que convertir a todos tus personajes en Zooey Deschanel. Pero las rarezas y manías destacan en la mente del lector. Hay manías muy comunes, como morderse las uñas, que además sirven para expresar nerviosismo y hacer que el lector bostece del aburrimiento al ver, de nuevo, que un personaje se muerde las uñas. Y luego hay cosas puntuales, extrañas. Esas son las que nos interesan.

Todo lo que sea lenguaje gestual ayuda a visualizar y conocer al personaje, pero si además los gestos son raros, el retrato será más intenso. Perdona que vuelva al dichoso Frank Underwood, pero esa costumbre suya de dar toques en la madera cuando termina una conversación me parece brillante. Es un gesto en apariencia inocente que da mucho de sí cuando al fin alguien le pregunta por qué lo hace. Hasta entonces, el espectador apenas se ha fijado en el gesto, pero los guionistas son tan listillos que han hecho que sea algo que lo caracterice desde el principio, solo para esta escena donde alguien le pregunta por ello.

Y Frank responde que es algo que aprendió de su padre, que sirve para endurecer los nudillos para poder andar pegando puñetazos sin hacerse daño. Como Frank miente más que habla, es posible que no sea más que otra de sus muchas historias inventadas sobre su pasado. Pero el personaje se hace más grande, más poderoso. Los guionistas atan hilos que llevan sembrados desde el principio en el laberinto de la trama.

10. Mentiras

¿Qué es lo que más nos gusta de la protagonista de Perdida?

¡CUIDADO!

SPOILER COMO UNA CASA SI NO TE HAS LEÍDO PERDIDA. QUEDAS ADVERTIDO/A.

.

.

.

.

Que la tía miente. Desde el principio. Miente como una bellaca. Nos fiamos de su palabra porque es la narradora principal y estamos acostumbrados a un narrador fiable, omnipresente, que no es capaz de engañarnos. Y ella se pasa eso por el forro.

No hace falta mentir con descaro: se puede mentir por omisión. Es lo que hace el narrador de Campos de Londres, de Martin Amis, que nos ofrece la información solo como y cuando le conviene. Amis recurre mucho a esto; es un recurso que usa también en Dinero. Y así la trama se enreda más y más, las revelaciones finales son más interesantes y el personaje coge peso.

Un narrador engañoso es un recurso fantástico, pero no es necesario llegar a ese extremo. Solo con hacer que un personaje diga algo a otro que nosotros, lectores, sabemos que es un embuste de aquí te espero, lo volvemos tres veces más atractivo. Sobre todo si tardamos en revelar por qué ha mentido.

Yo también puedo mentirte. Puedo decirte que con estos diez trucos vas a crear personajes perfectos.

Sabemos que no es verdad. Y los trucos son peligrosos, porque la falta de experiencia puede hacer que nos los tomemos de forma demasiado literal, sin entender en qué circunstancias funcionan y cuándo no hay que pasarse. Así que tómate todo esto con moderación y, como he dicho ya unas mil veces en este artículo, usa estos consejos con sutileza.

Sabemos también que estos trucos son gotas en el agua que son los buenos personajes. Puedo escribiros doscientos trucos de caracterización y luego crear los peores personajes de la historia esta noche.

Bah, qué más da. El perfeccionamiento llegará con la experiencia y la experiencia solo llega escribiendo, estudiando, publicando, escuchando.

Escribamos, estudiemos, publiquemos.

Escuchemos. Apuntemos diálogos, descripciones, los sonidos que nos envuelven.

Puede que alguno de nosotros consiga captar, durante unas pocas líneas, la esencia de un buen personaje.

Cómo escribir una descripción brillante

Nos vamos a poner serios un momento, porque voy a hablar de algunas herramientas sensacionales para sacar brillo a esa parte tan complicada de la narrativa: la descripción. Las descripciones tienen una tendencia preocupante a ser aburridas, recargadas o simplemente sosas, así que saber hacer descripciones que estimulen la imaginación del lector es una habilidad que debe ser celebrada (¡y analizada!). La parte seria (y muy nostálgica) es que todo esto que os voy a contar lo he aprendido de Umberto Eco.

Una vez más recurro a Eco, sí, porque el semiólogo italiano es una fuente inagotable para aquellos que escribimos. Todo el mundo se acuerda de sus novelas, incluso de la película famosa basada en una de sus novelas; algunos se acuerdan de su trabajo periodístico. Menos se acuerdan de su trabajo académico, a pesar de que el estudio de lo literario fue su ocupación principal.

Cuando hablamos de la academia, de lo universitario y especializado, podemos pensar en largas frases rimbombantes que no vienen a decir nada, en textos técnicos exclusivos de su sector. Y Eco tenía frases rimbombantes, sin duda, pero todavía no he encontrado una frase suya donde no viniera a decir nada. Es más: me impresiona la cantidad de conclusiones prácticas que podemos extraer los escritores de sus tratados teóricos.

En el artículo Les sémaphores sous la pluie (se titula así también en su versión española, no te asustes: no voy a empezar a citar en francés), Eco da algunos apuntes fenomenales sobre el sutil arte de la descripción. Y por eso muchos estudios de Eco no terminaron de pasar al mainstream; si su artículo se hubiese titulado Diferentes tipos de descripción y cómo sacarles partido o, aun mejor, Cómo perder ocho kilos en tres días (¡incluye clasificación de tipos de descripción en narrativa!), otro gallo nos cantaría (pero sin duda sería un gallo feo y de voz rasposa).

Lo chulo de la clasificación de tipos de textos descriptivos de Eco es que incluye un concepto que es mágico para un texto: el asidero de pertinencia. Te va a encantar.

Umberto Eco y el asidero de pertinencia

Donde Eco dice «examinemos algunas técnicas de expresión verbal del espacio», espero atraer tu atención diciendo: «vamos a ver una clasificación utilísima de tipos de descripción y cómo utilizarlos para que tu lector se enamore de ti y te envíe ramitos de violetas cada nueve de noviembre»[6]:

1. Denotación: la descripción aburrida de toda la vida

Ahí va un ejemplo:

María Elena era rubia, alta, delgada, guapa y lista.

Evita las denotaciones simplonas cuando puedas. Ya, ya sé que en algún momento tendrás que hacer una descripción de este tipo, pero no abuses si no quieres que tu lector se duerma. Son descripciones perezosas, más propias del contar que del mostrar. Dime que María Elena hacía que el sol asomara por el horizonte solo para verla, no que era guapa. Enséñame cómo se golpea en la cabeza con la lámpara que cuelga del techo de la cocina, no me digas que era alta. Si vas a soltar adjetivos, haz que alguno sea interesante, por lo menos.

Ya que nos hemos quitado de encima a la denotación, vamos a lo bueno.

2. Descripción pormenorizada

Aquí es donde debemos emplear toda nuestra habilidad como escritores. Tenemos que narrar el espacio, tenemos que conseguir que el lector vea y perciba su entorno. Pero el buen escritor va más allá. Su objetivo, como dice Eco, más que hacer ver es hacer que entren ganas de ver. Que el lector no vea la descripción como un pasaje inevitable por el que tiene que arrastrar los pies, sino como una explosión de sentido y ubicación. ¿Y cómo se hace eso?

Hay varias maneras de conseguirlo, según el tipo de descripción, pero en el caso de la descripción pormenorizada vamos a utilizar el recurso llamado «asidero de pertinencia». Se trata de un elemento que es central, que es el referente alrededor del cual gira todo lo demás. Veamos la diferencia con una descripción pormenorizada de la casa de María Elena, primero sin asidero de pertinencia:

En la casa de María Elena había una cocina, dos dormitorios, un baño, un salón, un comedor, un lavadero y una terraza.

Y ahora con asidero de pertinencia, que en esta ocasión será el comedor:

El comedor de María Elena era un monstruo que fagocitaba al resto del hogar, el corazón alrededor del que se apretaban cocina y salón. Los dormitorios eran minúsculos en comparación; los baños, diminutos. Y del comedor asomaba el lugar favorito de su dueña: la terraza, esa extensión breve de la sala que se abría al cielo.

Como vemos, al usar un asidero de pertinencia hemos dado un punto de partida, no nos hemos limitado a una enumeración sin vida. Podemos usar cualquier asidero: podríamos haber usado la cocina, los baños, la terraza o a la propia María Elena. El truco está en crear un epicentro para ese terremoto que puede ser una buena descripción.

Pero las enumeraciones sin asidero también pueden ser útiles, si se usan bien.

3. Enumeración

Una enumeración sin asidero de pertinencia puede resultar aburrida, a no ser que la enumeración en sí sea un recurso. Eco cita la famosa enumeración de los contenidos del cajón de Leopold Bloom en el Ulises; yo te pongo otro ejemplo inventado, porque ese de Joyce es largo y me da pereza transcribirlo y no lo encuentro en Google:

María Elena abrió el bolso y vació su contenido sobre la mesa. Había pintalabios, sombra de ojos, crema hidratante y unas tijeritas. Había limas de uñas, horquillas, pinzas del pelo y sobres de café. Había un monedero, tarjetas sueltas, pañuelos usados y un tubo de rímel seco. Había barniz de uñas, rizador de pestañas, más horquillas y una gran caja de aspirinas.

Con esta enumeración no hay asidero, pero no lo necesita. El lector no se fija tanto en qué contiene el bolso de María Elena, sino en lo que expresa ese contenido: tal vez que María Elena es algo desordenada, caótica o presumida. Fíjate también en cómo hemos conseguido una sensación de ritmo curiosa al crear un paralelismo entre las diferentes frases, que repiten estructura. En la enumeración sin asidero buscamos, ante todo, conseguir un efecto funcional (mostrar algo sin contarlo directamente) y/o estético del conjunto. Recuerda que cada elemento de tu texto debe tener un objetivo, debe tener un cuidado detrás, un porqué. Una enumeración gratuita, sin meta, no es más que

otra denotación aburrida.

Otra opción es introducir otro tipo de asidero, claro, aquel que funciona como contrapunto y saca al lector de su ensimismamiento de golpe. Mira qué ocurre si realizo una muy leve modificación a la enumeración anterior:

María Elena abrió el bolso y depositó los contenidos sobre la mesa. Había pintalabios, sombra de ojos, crema hidratante y unas tijeritas. Había limas de uñas, horquillas, pinzas del pelo y sobres de café. Había un monedero, tarjetas sueltas, pañuelos usados y un tubo de rímel seco. Había barniz de uñas, rizador de pestañas, más horquillas y una gran caja de antidepresivos.

Solo he cambiado una palabra, pero esa sustitución de «aspirinas» (un tipo de pastilla común) por algo menos habitual («antidepresivos») produce un efecto de leve sorpresa y nos dice mucho más que todo lo anterior sobre María Elena. Es en el contraste (de lo habitual con lo extraordinario) donde podemos, en ocasiones, ganarnos al lector.

4. Acumulación

Otra forma muy eficiente de utilizar la enumeración, más allá de una simple denotación, es mediante la acumulación de datos para conseguir efectos emocionales o de ritmo. Así, podemos ir enumerando acciones en aumento, para terminar con la más bárbara; podemos ir enumerando elementos cada vez más pequeños, para obtener un efecto de angustia y estrechez; podemos crear una sucesión de acontecimientos cada vez más rápidos para dar una impresión de aceleración…

Aquí sí que conservo el ejemplo original de Eco, porque es del Gargantúa de Rabelais y es… especial:

A unos les espachurraba los sesos, a otros les rompía los brazos y las piernas, a los de más allá les dislocaba los espóndilos del cuello, a aquellos otros les molía los riñones, les rebanaba la nariz, les ponía los ojos a la funerala, les quebraba la mandíbula, les hacía tragarse los dientes, (…) les dejaba reducidos a polvo los huesos de las extremidades.

Como vemos (o no, porque no he transcrito todo el ejemplo, pero te haces una idea), las descripciones de violencia van de menos a más, culminando en una violencia total, absoluta: la destrucción de los mismísimos huesos de las víctimas. La acumulación añade elementos de manera exponencial, hasta terminar

en una explosión semántica.

Y terminamos con un tipo de descripción también de lo más efectivo:

5. Descripción con remisión a experiencias personales del destinatario

El autor no es adivino, no puede crear recuerdos en conjunción con los de su lector desconocido. Pero sí puede insertar experiencias emocionales comunes, contundentes, que pueden o bien despertar la memoria de experiencias propias en el lector, o bien hacer que finja o crea esa memoria, siempre que haya logrado que el lector caiga en el sueño de ficción, que empatice con el texto, que firme el pacto narrativo.

De esta parte es de donde Eco extrae el título para su artículo. Pone un ejemplo de Blaise Cendrars, que describe en su poesía la percepción visual de los semaphores (señales de ferrocarril) bajo la lluvia, esa especie de niebla rápida y borrosa creada por el paso rápido del tren cuando miramos por la ventanilla aquello que dejamos atrás. Esta descripción tiene tres virtudes. Primero: que es muy concisa y a la vez original, es decir, se trata de un efecto que no se menciona con frecuencia en la literatura; segundo: que es hermosa y evocadora, estéticamente misteriosa y bella; tercero: que puede despertar nuestro propio recuerdo y/o hacer que pensemos en esa experiencia. Aunque no sea con señales de ferrocarril, cualquiera que haya ido en tren o en coche bajo la lluvia a cierta velocidad habrá tenido una experiencia perceptiva similar. Esto despierta una curiosa sensación de intimidad con el autor, de reconocimiento, que nos produce placer, complicidad y, en cierto modo, agradecimiento.

Si eres capaz de despertar ese reconocimiento, de poner el dedo en la llaga/excitación/terror/sueño de algún lector, lo has captado para siempre. Y la mejor forma de hacerlo no es meterlo de manera artificial, a la fuerza, como reflexión sesuda de un personaje que, de manera evidente, es un trasunto del propio escritor. La sutileza es tu amiga en estas lides. Es en la descripción donde puedes colar este tipo de experiencias tuyas o ajenas, mezclándolas con la experiencia personal del espacio.

¿Ves como la descripción no es solo contar lo que ve un personaje? ¿Que no es solo decir al lector dónde está o cómo es algo con adjetivos y metáforas que suenan bien?

Oh, no. La descripción es todo un arte.

¿Y cómo podemos aprender a aplicar mejor estos trucos tan majos?

Leyendo, claro. Es la mejor manera: nos fijamos en las estructuras de los maestros para ver de qué modo usan ellos todos estos trucos.

Y es que todas estas técnicas nos llevan a crear un efecto maravilloso: el placer de la lectura. ¿No era, al fin y al cabo, para lo que escribíamos?

Para que otros se acurruquen con una infusión, un gato, un bostezo y un buen libro.

Nuestro libro.

Dos cuestiones técnicas que revolucionarán tu estilo

Hay fallos que son fáciles de identificar.

Ups, se te escapó una tilde; ups, ese adjetivo no iba ahí; ups, esa frase no tiene verbo. Ups, se te ha derramado el té (que por supuesto se había quedado frío) sobre el teclado.

Son problemas clásicos, relacionados con la ortografía, la gramática. Excepto lo del té, que se basa exclusivamente en tu torpeza personal[7]. Pero hay cuestiones estilísticas relacionadas con la legibilidad y la fluidez que no son tan evidentes.

Los fallos que se nos escapan

He perdido la cuenta de autores que me han dicho que no quieren que «toque su estilo». O que solicitan una corrección ortotipográfica, pero insisten en que «mi estilo es mío y no me lo cambies».

Una corrección de estilo no tiene mucho que ver con cambiar tu tono, voz o la manera en que te expresas. Una buena corrección de estilo (y eso de «buena», por desgracia, no es la norma), coge tu tono, tu voz y los potencia: encuentra las partes de tu texto que lo hacen menos fluido, más difícil de leer, y lo pulen. Tú no te has dado cuenta de esos tres gerundios seguidos o de esos perfectivos mezclados con imperfectivos que son confusos para el lector, ni de esa frase interminable con cuatro cláusulas donde no queda claro el sujeto, pero el corrector de estilo sí. Y entonces es cuando obra su magia. Ahora tu texto es mejor, funciona mejor, pero sigue siendo tu texto.

Es por esto por lo que, cuando hablo con clientes de consultoría sobre su estilo, les intento explicar que no tienen por qué sentirse amenazados: no voy a entrar en valoraciones sobre su texto, sino en qué truquitos pueden aplicar para sacar su máximo potencial.

Algunos fallos son más difíciles de nombrar que otros

Lo bueno de haber trabajado como correctora y analista de estilo es que cada día aprendo cosas nuevas. Cada día aprendo a identificar y a poner nombre a

esas cosas que no funcionan pero no sabes bien por qué.

¿Cuántas veces has cogido un libro, has leído un par de páginas y lo has dejado, no porque la historia no empezara bien, sino porque había algo en la forma en que estaba escrito que no te convencía? Yo intento poner nombre a eso, encontrar la razón tras ese descontento.

El problema del ruido y la redundancia

Escribí 70 trucos para sacarle brillo a tu novela y enumeré una buena cantidad de esas cosas con nombre, las más básicas y comunes, pero también me peleo con cuestiones bastante más complejas. Una de las más difíciles de examinar (pero tal vez de las más fáciles de solucionar, una vez las encuentras) es la cuestión del ruido y la redundancia. Debido a su complejidad, es además un problema que no suele tratarse mucho en artículos de blog, talleres y demás. Muchos correctores también lo pasan por alto.

Ruido y redundancia son dos conceptos distintos, pero van íntimamente unidos y enseguida verás por qué.

¡Cuidado!

Esta es la parte un poco más técnica, donde deberás prestar especial atención.

Uso esos términos porque tienen definiciones claras dentro de la teoría de la comunicación y comunicarse es, desde luego, el objetivo principal del escritor. En el acto comunicativo, el ruido es cualquier interferencia que dificulta la transmisión clara del mensaje. Es el murmullo de fondo que no te permite escuchar bien a tu interlocutor en una cafetería, pero también son los tres adjetivos que no necesitabas con ese sustantivo. Es la perífrasis que usas en vez de ir al grano. Es esa forma verbal pasiva compuesta cuando solo necesitabas un verbo simple y activo. Es «el felino se hallaba aposentado sobre el mueble de cuatro patas» en vez de «había un gato en la mesa». Es todo lo que impide que tu mensaje llegue a tu lector con eficiencia.

La redundancia es, como bien sabes, la repetición y el exceso. Es la parte del mensaje que puede omitirse sin que se produzca pérdida de información. Es ese adverbio terminado en -mente que usas dos veces en un mismo párrafo. Es esa idea que explicas dos veces en un ensayo, es esa revelación que muestras y a la vez

cuentas en tu relato.

Van relacionados, como ya he dicho. Una redundancia descriptiva crea ruido. Dar ocho vueltas a algo en vez de decirlo con claridad es también una forma de repetición y exceso. Por eso, si hallas uno en tu texto, probablemente encontrarás el otro.

El ruido y la redundancia con intenciones estéticas

Por supuesto, un escritor experimentado puede usar el ruido y la redundancia con propósitos literarios. La repetición es uno de los recursos básicos de cualquier poética, y a lo mejor esos dos adverbios en -mente que usaste en aquel párrafo tenían una función clara de énfasis y aliteración. La redundancia puede ser necesaria para sobreponerse al ruido: a veces hace falta repetir las cosas para asegurarse de que lleguen al lector. También puedes «confundir» un mensaje para ocultárselo al lector, para jugar con él; puedes crear ruido en una descripción si eres un maestro del símil.

La diferencia entre el fallo y lo brillante está en la intencionalidad y la experiencia. Por esto es tan común que si señalas a alguien que abusa de gerundios, esta persona te responda que eso está bien porque lo hace McCarthy, o si acusas a alguien de tener un texto sobrecargado, menta a Góngora.

Pero volvemos a lo de siempre: hay que dominar lo simple, el mensaje puro, antes de recurrir a las brillanteces. Y ahí es donde se nota. Experimentar es bueno, pero procura dar claridad y precisión a tu mensaje antes de cargarlo de recursos literarios. No empieces la casa por el tejado.

¿Cómo sé si mi texto sufre de esta enfermedad ruidosa y redundante?

Por suerte, ruido y redundancia son fáciles de identificar en cuanto tienes que recortar tu texto. Aconsejo a todo el mundo que analice cada una de sus frases y vea qué palabras no aportan nada, cuáles no son necesarias. ¿Cuáles de tus palabras pueden ser más precisas? Si alguien da un paso, agarra con la mano izquierda el pomo de la puerta, abre la puerta y entra en una habitación, ¿no es mejor decir que atravesó el umbral o, simplemente, entró en la habitación? Debemos enseñar al lector lo que necesita ver, siempre, pero algunas cosas se presuponen. Y algunas palabras tienen tanto sentido por sí mismas que no necesitan decoración.

Respecto a las repeticiones, hagamos lo que hagamos siempre se nos va a escapar alguna. Por eso, aconsejo encontrar a alguien de confianza que lea nuestro libro en busca de esas redundancias tan molestas. Puede ser tu corrector, tu lector cero o tu madre. Solo tiene que tener buen ojo para la repetición. Y si encuentras a esa persona, quiérela para siempre y llévala de vinos siempre que puedas.

No obstante, gran parte del ruido en tu texto puedes eliminarlo tú. Solo tienes que agarrar las tijeras y ponerte a simplificar, limar, buscar mayor precisión en menos palabras. Y por eso es tan importante recortar.

Prueba, por ahora, a quitar un 10%. Si tienes mil palabras, intenta eliminar cien buscando la repetición y lo innecesario.

Pero pruébalo, no te quedes ahí con cara de «Gabriella me acaba de colar otro artículo de más de mil palabras».

Ese texto no se va a pulir solo.

Catorce pasos básicos para corregir tu libro

En un mundo ideal, todos los libros publicados contarían con un buen corrector. Y con un portadista, un maquetador y un editor excelentes, pero no vivimos en un mundo ideal, como demuestran las cubiertas de algunas obras autoeditadas de romántica.

Los buenos correctores, sobre todo los de estilo, son caros. Bueno, deja que cambie esa frase. Una corrección cuesta una suma importante de dinero, más importante todavía para una empresa o emprendedor en un negocio tan competitivo como el editorial. Las buenas correcciones no son caras, en realidad: si te pones a calcular cuánto se está sacando el corrector por hora (hora de mirar una pantalla llena de texto con concentración absoluta, de dar cien vueltas a la cabeza con cada frase) te sorprenderías de lo mal pagado que está. Pero a ti, editor o escritor, te sigue suponiendo una cantidad importante en total.

Y el escritor medio se pregunta: ¿por qué no puedo corregir yo mismo mi libro? ¡Qué va a saber un corrector de mi estilo? ¿Y si me cambia algo porque es demasiado atrevido, diferente, genial? (Con lo que tiende a demostrar que no entiende muy bien cómo funciona una corrección de estilo, o que está todavía en esa fase inicial en la que cree que todo lo que escribe es perfecto).

Obviamente el trabajo de un buen corrector, que tiene muchos años de estudio y experiencia en corrección, no puede ser sustituido. Pero sí podemos tener en cuenta algunos consejillos de lo más útiles. Son catorce consejos básicos, así que a muchos de los que me leen, escritores avezados y experimentados, les parecerán fáciles y simplones, pero te aseguro que un porcentaje muy alto de los textos que han pasado por mis manos como correctora (¡o como lectora editorial!) desconocían estos principios. Solo con esto no puedes corregir tu libro, pero creo que, por lo menos a nivel formal, pueden encaminarte en la buena dirección. Y sí, claro que yo también meto la pata con ellos de vez en cuando:

1. Pon en el buscador de tu procesador de texto mente, a ver qué sale

Los adverbios terminados en –mente pueden usarse, no están prohibidos, pero su abuso es síntoma de escritura abigarrada, confusa y atropellada. Con demasiados adverbios, tu prosa será indecentemente obtusa. Fastidiosamente

mareada. Estúpidamente barroca. Etc.

2. El orden lógico de una oración siempre es la mejor elección

(¿Ves que rima y todo?). Si tienes dudas acerca de una frase, cámbiala para que siga su orden «natural» (sujeto+verbo+predicado). Si lo que es un sujeto o predicado no sabes, YA vas a tener que empezar a estudiar gramática y sintaxis.

(Lo bueno de esto, además, es que de vez en cuando puedes colar una frase desordenada y el efecto será de lo más interesante, porque destacará sobre las demás).

3. Esto también puede aplicarse a los adjetivos

Antes de utilizar un adjetivo y hacerlo antepuesto (ponerlo delante del sustantivo), piensa si queda mejor. Prueba a ponerlo detrás, en su sitio de siempre. ¿Te queda la frase menos prepotente, más bonica y clara? De nada. Para mí es un delicioso placer ayudarte.

4. La mitad de tus palabras sobran

Oh, sí. Como decía Stephen King (y alguno más), kill your darlings. No solo los adverbios, también esos gerundios tan feos y excesivos, ese siendo que, de todas formas, estás utilizando mal. Esos adjetivos redundantes, toda esa pirotecnia florida, fastuosa, flamígera y flamboyante (y sí, también es importante no usar palabras cuyo significado desconozcas o que directamente no existan en nuestro idioma, como flamboyante).

5. Que tus metáforas tengan un sentido claro y profundo

Y que no sean simples uniones de palabras que suenan bien juntas (cosas como «mi piel lloraba», ¿eso es que estás sudando?). Y que estén vivas, como decía Ricoeur. Las metáforas vivas son aquellas que no son típicas, aquellas que, que tú sepas, no se han utilizado todavía. Así, evitaríamos expresiones como «las perlas de su boca» y podríamos decir «las pastillas blancas de chicle de su boca», si no quedara tan horroroso decir eso.

6. Menos subordinadas

Sobre todo adjetivas de relativo o cualquier cosa con que. Ese que, esa manía de alargar las frases, de hacerlas recursivas ad infinitum, es lo que nos

distingue de los animales (o eso dice Chomsky). Y de los buenos escritores también. El hecho de que yo te diga que debes eliminar todas esas subordinadas que te sobran implica que conseguirás frases mucho más sencillas y fáciles de entender que gustarán más a tus lectores y no te harán quedar como un incompetente que no sabe que las frases demasiado largas casi sin comas y con tanta subordinada y coordinada junta, que no sirven para nada, no hacen más que confundirlos y hacer que se pregunten de qué iba esta frase al principio, porque ahora no lo recuerdan (¿ves?). Y, al igual que en el punto 4, si utilizas frases sencillas, oraciones simples, las que metas complicadas destacarán y quedarán tope guay.

Precisamente por esto…

7. Evita el abuso de conectores

Por esto, a pesar de, aunque, es decir (muy útil para escribir un artículo, pero si tienes que explicar algo una segunda vez en un texto de ficción, igual es que la primera no lo has hecho bien), sin embargo, no obstante, por consiguiente (¿qué eres, abogado?)…

Puedes usarlos, pero con mesura y responsabilidad.

8. ¡Cuidado con los verbos!

Usa bien los tiempos. Recuerda la diferencia entre formas perfectivas (aquellas que expresan acciones ya terminadas) e imperfectivas (aquellos que expresan acciones que no han terminado o no tienen por qué haber terminado). Mezclarlos sin razón clara es peligroso. Si estás hablando de cosas ya terminadas que hiciste la semana pasada, no suele encajar un presente o un pretérito imperfecto metido con calzador.

9. No te repitas

No te repitas. No te repitas. De entrada es difícil reconocer nuestras muletillas; aquí el buscador es tu amigo. Aunque hay repeticiones comunes a muchos autores (el temido sin embargo, por ejemplo), cada persona tiene, sin saberlo, palabras y expresiones favoritas que usa una y otra vez. Encuentra las tuyas y elimínalas sin pena. Porque de poco sirve esa pena. Esa pena no sirve de nada.

(Aquí no cuentan, como es evidente, repeticiones creadas con intención

estética. Pero con esas también hay que tener cuidado; no siempre quedan tan bien como creemos).

Y, hablando de repeticiones…

10. Miremos también la rima

(Haz lo que yo digo, no lo que he hecho en el punto 2). Esto suele sorprender a muchos escritores y algunos se resisten a modificarlo, lo cual es muy comprensible, ya que les gusta. Por desgracia, a los lectores no suele gustar tanto, a no ser que sea consciente y utilizado, como las demás repeticiones deliberadas, con un propósito estético. Lo mismo pasa con las aliteraciones en general (repeticiones de un sonido): «fornicarás fallando forzado con profiláctico tu fantástico final». Cuidado con consonantes repetidas y, por supuesto, con sílabas repetidas. No digamos ya con palabras que riman en una misma frase. Las rimas internas crean una sensación de texto facilón que desconcierta hasta al lector más tranquilón.

11. Lee tu texto en voz alta

Esto se recomienda siempre para diálogos, pero es muy útil en general. Al leer en alto reconocemos qué partes del texto suenan extrañas, artificiosas, mal construidas. Y nos damos cuenta de que utilizar palabras poco comunes o complicadas, como hallar en vez de encontrar, visionar en vez de ver o contender en vez de luchar, crea una sensación de texto forzado que no funciona en absoluto. Lo cual nos lleva al siguiente consejo.

12. Mi reino por la palabra precisa

Con cuidado de no caer en la pedantería que acabamos de mencionar, vamos a intentar usar la palabra que corresponde en cada sitio. En vez de «fue más deprisa» diremos «aceleró». En vez de «el barco salió del puerto» podemos decir «el barco zarpó»; en vez de «colocó todas las piezas para formar la estantería» diremos «montó la estantería». Parece fácil, pero de fácil no tiene nada. Es una forma de simplificar el texto, hacerlo más elegante, sin perder significado.

13. Cuidado con la puntuación

El punto y coma existe, eso para empezar. Los dos puntos, también. Y las comas, oh, las comas. No funcionan como crees que funcionan. Y nunca, nunca, nunca, debes ponerlas detrás de sujeto (a no ser que, como en la frase que he puesto antes, «los dos puntos, también», estén marcando una elipsis verbal). Otro

consejo fundamental: aprende a usar las rayas de diálogo.

Y el último consejo, al que nadie hace caso nunca, es el siguiente:

14. Aprende las reglas antes de romperlas

Claro que no hacemos caso, yo tampoco. Todos queremos ser Juan Ramón Jiménez, Lorca, Joyce o Foster Wallace, sin darnos cuenta de que las formas revolucionarias de estos escritores parten de un conocimiento maestro de cómo funciona la lengua. Todos lo hemos intentado, nos hemos creído «revolucionarios» (sí, yo siempre, mucho, también, y me llevo las manos a la cabeza cuando leo textos de tiempos pasados). Para revolucionar hay que entender muy bien contra qué te estás rebelando. El texto en apariencia absurdo de Lorca en su poesía más vanguardista se basa en una deconstrucción minuciosa de estructuras y de imágenes. Las oraciones copulativas y eternas de McCarthy se basan en una comprensión profunda del ritmo musical de la frase. Esos conocimientos no salen de la nada. Son fruto de años y años de lectura y estudio.

Aprende a escribir sencillito para poder escribir complicado. Es mucho más difícil que empezar con lo barroco y enrevesado. Los fuegos artificiales destacan sobre el negro de una noche sobria. Si el cielo está iluminado por completo, se crea una sobrecarga de estímulos visuales que hacen que el espectador pierda interés. Con la escritura pasa lo mismo. Si das a un comensal dieciocho platos de comida grasienta y empalagosa, enseguida perderá el aprecio por esta. Lo mismo.

Estos son solo algunos aspectos formales del texto. Faltan muchos más; solo he querido señalar los más comunes, los que más llaman la atención cuando lees, los que encuentro con más frecuencia. Por supuesto tenemos también errores muy frecuentes de contenido, aquellos que cometemos los que escribimos sin apenas darnos cuenta.

Y claro que tengo otro artículo sobre ese tema. No está en este libro, pero puedes leerlo en este enlace. Lo tienes también en la bibliografía, al final. Se llama 10 errores que hacen que la gente tire tu libro por la ventana.

Publicación

¿Qué hago después del punto y final?

He escrito un libro, ¿y ahora qué?

Desde que empecé a hablar de escritura en el blog, recibo preguntas todas las semanas. Son de otros escritores, de personas que han escrito un poema, un relato; que han escrito un libro. Algunos son aficionados, que escriben por el gusto de escribir; otros, más profesionales, buscan publicar y darse a conocer. Todos están llenos de dudas.

Siempre intento contestar, pero lo malo de que el blog haya ido creciendo con los años es que los emails y las dudas son cada vez más frecuentes y creo que he abierto la caja de Pandora. O de los truenos. O una caja a lo Hellraiser, que la abres y se desencadena el infierno de la hora diaria solo para contestar emails.

Yo no soy quién para dar una respuesta válida a estas personas. Mi escritura no es fantástica y perfecta, ni vendo millones de libros (algo que deberíamos intentar solventar, digo yo. Compra mis libros). Siempre he pensado que para hablar de algo hay que saber de ello, por haberlo experimentado en tus carnes o, por lo menos, haberlo leído del teclado de alguien que sí sabe. Considero que, en el mejor de los casos, puedo ofrecer un poco de apoyo a los que se sienten confundidos con todo esto tan complicado de escribir y publicar, aunque sea explicando aquello que parte de mi propia experiencia.

Dedico mucho tiempo a contestar a estas consultas, hasta el punto de que a día de hoy, mientras edito este libro (mayo de 2019), he tenido que dejar de responder a un porcentaje de los correos que entran con dudas. Algunas de estas dudas son técnicas, sencillas; otras tienen un fuerte (y sorprendente) componente psicológico. Hay días en los que no me siento profesionalmente capacitada para responder a emails de más de mil palabras repletos de dilemas personales dignos de un episodio completo de Sálvame. Pero sí me gustaría compartir contigo una de las dudas más frecuentes que recibo, por si te resulta de utilidad mi respuesta.

No sé por dónde empezar

Una de las preguntas más comunes que recibo por email es una variante de esto, que recibí hace poco en mi bandeja de entrada:

Te agradezco solamente me recomiendes algún artículo en particular sobre cómo publicar cuando se tiene obra terminada, por dónde empiezo.

Esto de escribir es tan complejo que tendemos a meternos en miles de detalles avanzados. Olvidamos que hay muchas personas que se enfrentan a la gran pregunta del principiante: ¿por dónde empiezo?

No hay ningún artículo que resuelva por completo esta cuestión, ya que cada caso es único y requiere una asesoría distinta. ¿Por dónde comenzamos? Depende de la situación en la que uno se encuentre:

a) Acabo de empezar, apenas tengo unos cuantos relatos/poemas/textos.

b) He escrito mi primera novela y no sé cuál es el siguiente paso.

c) Tengo varias obras terminadas pero sin publicar y no sé qué hacer con ellas.

En el caso a), creo que hay muchas opciones interesantes. Los concursos literarios, por ejemplo, son una buena forma de animarse a practicar e ir cogiendo soltura. Siempre está, además, la opción de ganar alguno y entrar en contacto más directo con el mundo editorial. También son recomendables los grupos y talleres de escritura, para ir aprendiendo del feedback de aficionados y de profesionales, y para encontrar un punto de apoyo y una red social en el mundillo complicado este de la escritura.

Al comienzo, un buen grupo de personas que estén en circunstancias similares a la nuestra es muy muy útil. También podemos recurrir a redes de interacción directa con lectores y escritores, como Wattpad, que es otro modo de ir buscando (y encontrando) nuestra voz como autores. Un blog de ficción, donde publiquemos textos de manera periódica, puede ser eficiente también, ya que nos obliga a crear una planificación y rutina de trabajo.

Lo importante en a) es terminar y compartir. Necesitamos compartir para entender la respuesta de nuestros lectores. Y es muy dolorosa esta parte, porque son las críticas constructivas las que más debemos escuchar. No hagas caso de quien te diga que eres la leche. Si llevas poco escribiendo, si todavía no tienes nada terminado, es poco probable que seas la leche. ¡Como mucho serás una horchatilla

con posibilidades! Seguramente quedará un proceso largo de aprendizaje por delante.

Una vez llegamos a b), hay mucho que podemos hacer. Una sola primera novela, un primer poemario, un primer libro de relatos… no serán lo mejor que hagas nunca. Por supuesto, muévelo por concursos y envíalo a editoriales si quieres. Puedes incluso autopublicarlo. Pero yo recomiendo ver esta obra como una obra intermedia, un paso necesario en el proceso para llegar a algo mejor. Busca a un lector profesional que sea bueno, alguien que vaya más que recomendado. Y págale para que te diga todo lo que falla en tu obra.

(Aprovecho aquí para recordar que los mejores lectores profesionales no son los más baratos).

Tras el informe, decide si merece la pena arreglar tu obra o empezar otra.

Todos los escritores realmente buenos que conozco (e incluso los que no son tan buenos a mis ojos subjetivos, pero que disfrutan del éxito comercial) han escrito un buen puñado de novelas antes de conseguir publicar (o antes de conseguir publicar en algún sitio que merezca la pena).

Ten prisa por compartir, pero no por publicar a lo grande. Dicen por ahí que el tiempo de aprendizaje hasta conseguir un mínimo de maestría en algo son unos siete años. Puedes crear algo hermoso a los tres, claro. Pero no corras a autopublicar tu primera novela, no corras a enviarla a una editorial grande. Estudia, aprende, lee muchísimo. Júntate con otros escritores. Ve a eventos y conoce a editores, a correctores, a diseñadores. Habla con ellos. Haz tu pequeña red.

Ten paciencia. Piensa a largo plazo.

En el caso c) todo se complica. Este es el momento de enviar tu mejor trabajo a editoriales o de considerar una autopublicación de calidad[8]. Aun así, sigo recomendando ese informe de lectura (o varios, para tener distintas perspectivas). Podemos repetir los mismos errores una y otra vez, sin darnos cuenta.

Para todo lo demás está mi blog, por ejemplo. Está lleno de apuntes, notas sobre el resto del camino. Otros blogs y otros escritores estarán a otras alturas del camino y hablarán de sus experiencias. Cotillea en la blogosfera. A lo mejor mi página no es para ti. Hagas lo que hagas, busca a los que están por encima de ti, los

que han avanzado más que tú, examina su proceso. Aprende de ellos. Huye de los que te prometen realizar tus sueños (¿qué sabrán ellos de tus sueños?). En mi experiencia, junto a la frase de «sigue tu pasión» suele haber algún botoncito de Paypal, como mínimo.

Pero sin agobios, ¿eh? Hay tanta información ahí fuera que no debemos olvidar que lo más importante sigue siendo lo de siempre: escribir.

Y leer. Y todo lo demás que hace falta para cumplir nuestra condena de autores malditos y felices.

Cómo superar la resaca de tu primera corrección

Este artículo iba a llamarse Tu primer libro es una caca (y eso es bueno).

Por suerte (creo) no suelo quedarme con mi primer título. Nuestras primeras ideas no son, necesariamente, las mejores ni las más convenientes. Algo parecido ocurre con nuestro primer libro, nuestro primer relato, lo primero que enseñamos al mundo. Peor aún: ocurre con lo primero que otra persona nos corrige, ese momento crucial donde somos conscientes de que somos seres imperfectos, fallidos, erróneos.

Y eso siempre duele, porque en nuestra cabeza somos todos anuncios gloriosos de champú.

Creo que es en la primera novela donde nos llevamos el golpe más duro. O en nuestro primer libro de relatos o de ensayo: en la primera obra donde hemos invertido meses (¡tal vez años!) de nuestro tiempo, pobres corderitos inocentes y esperanzados que nos creemos el vástago secreto de Hemingway con Le Guin.

Sobre todo este tema hemos hablado mucho en el grupo de Facebook El escritor emprendedor, donde un grupo aguerrido de autores independientes nos ayudamos (¡y consolamos!) mutuamente. Esa conversación se ha trasladado a nuestras webs y blogs, y han surgido muchos artículos al respecto en los últimos meses. Concretamente, Esther Magar y servidora quisimos hablar de cómo afectaba al autor recibir su primera corrección profesional.

Así que este texto que vas a leer es doble: yo hablo de la teoría e intento aportar herramientas para lidiar con todo esto, y Esther ha entrevistado a varios autores para que nos cuenten su experiencia personal. Recomiendo de manera muy encarecida que vayas a leer su artículo también (lo tienes además en la bibliografía final del libro).

Hablemos entonces de corrección. Y hablemos de desastre.

La mentira del primer libro

Todos los seres humanos tenemos la expectativa extraña de que la primera vez que hagamos algo será fabuloso. Y es ridículo, si lo piensas. Si jamás has

tocado el piano, ¿qué te lleva a pensar que nada más sentarte al taburete podrás interpretar a Bach con soltura y pasión?

En el mundo artístico es donde esto ocurre de forma más irritante. Nadie espera saber hacer un plan de empresa a la primera, sin tener ni una mísera guía para ello, pero, por alguna razón incomprensible, todos nos pensamos Picasso la primera vez que cogemos un pincel y Foucault la primera vez que compartimos un pensamiento «profundo» en Facebook, a la espera de que lluevan los me gusta. Claro que, en un acervo cultural donde se considera que una novela se escribe con mucho licor y café en una noche, esto tampoco debería extrañarnos.

En mi blog ya he hablado de cosas como el efecto Dunning-Kruger, que hace que personas que acaban de empezar se crean especialistas y que personas especialistas se crean incompetentes.

Y, sin embargo, no es exactamente así. Esa explicación es, a su vez, una muestra maravillosa del propio efecto. Cuando investigué y aprendí más sobre Dunning-Kruger, descubrí que no era, ni de lejos, tan sencillo. Más bien hay una curva de aprendizaje, competencia y confianza que funciona un poco más tal que así:



La mala noticia de todo esto es que, sí, al principio creerás que eres mucho mejor de lo que eres y, cuando te des cuenta de que no, te vas a llevar el chasco de tu vida: caerás en ese abismo de la desesperación que aparece en mi dibujito. La buena noticia es que poco a poco aprenderás y serás más consciente de tu grado de competencia.

El problema, of course, es que hay quien se rinde al caer en el abismo de la desesperación. Hay momentos clave donde casi tiramos la toalla: la primera crítica, el primer rechazo (y, sí, la primera corrección). Esto lo aprovechan algunas personas para vender ideas, servicios y productos que son de fiabilidad… cuestionable. Así tenemos empresas de autoedición que te prometen que tu obra es perfecta, cursos que prometen llevarte de la mano al éxito sin tener que escalar montaña alguna o incluso lectores profesionales que halagan en demasía tu trabajo, para asegurarse de que les pagues lo que les corresponde.

También conduce al otro lado del espejo. Amigos que dejan de hablarte porque te piden ayuda profesional y se enfadan cuando intentas explicarles aspectos técnicos que pueden mejorar. Alumnos que abandonan talleres porque solo buscan una cámara de eco que les asegure que son lo mejor que se ha inventado desde el pan en rebanadas. Reseñadores que muestran entusiasmo público por un libro que no valoran, solo por no perder su relación con la editorial que los provee de ejemplares. Todo esto forma un entorno peligroso, de retroalimentación sesgada.

Porque nada hay tan desesperante como recibir una crítica, por muy constructiva que sea. O que te manden de vuelta tu texto, tachado por completo y cubierto de bolígrafo rojo (o de modificaciones de Word en el control de cambios). Algunas personas tienen la piel gruesa y pueden aceptar críticas sin pestañear, pero en general los escritores tendemos de ser de ego frágil cuando nos tocan a nuestra criatura. Lo más común es sentirnos así, como muy bien describe el escritor Alejandro Moreno:

Me sentí desnudo, juzgado personalmente y decepcionado conmigo mismo por tanto fallo.

El choque de la corrección

Reconozco que no soy el mejor ejemplo de cómo tomarse bien una corrección. Al principio, porque me pasaba como a todos los autores y creía que sabía más que nadie. Yo estaba ahí, en la cima de la gilipollez de mi ignorancia. Y

me enfadaba cuando algún profesional tocaba mi obra maestra.

Luego bajé al abismo de la desesperación y dudé de todo. Permitía que otros hicieran lo que quisieran con mi trabajo. ¡Yo no tenía ni idea de nada! Entro en ese abismo todavía, de vez en cuando. La diferencia es que ahora intento utilizar esos choques para poder progresar y aprender mucho más deprisa. ¡A veces hasta lo consigo! Y además, lo fenomenal de hacer imbecilidades es que viene muy bien para compartirlo con otros en este mismo blog. Mi sufrimiento es tu placer y beneficio. De nada.

Al final, tras bastante tiempo dedicado a estudiar, practicar y corregir a diestro y siniestro, me sentí bastante más competente. Me queda aún mucho camino por delante, me falta aún escribir muchas cosas malas (como dice Isaac Belmar, tienes que poder auparte encima de mucha basura para llegar alto), pero me siento más segura en lo que sé. Y esto tiene otro problema: me he vuelto mucho más exigente con las correcciones que me hacen a mí.

Lo cual es positivo, ¿verdad? Cuando te toca un gran corrector, es fantástico. Pero de vez en cuando puede tocarte alguno… no tan bueno.

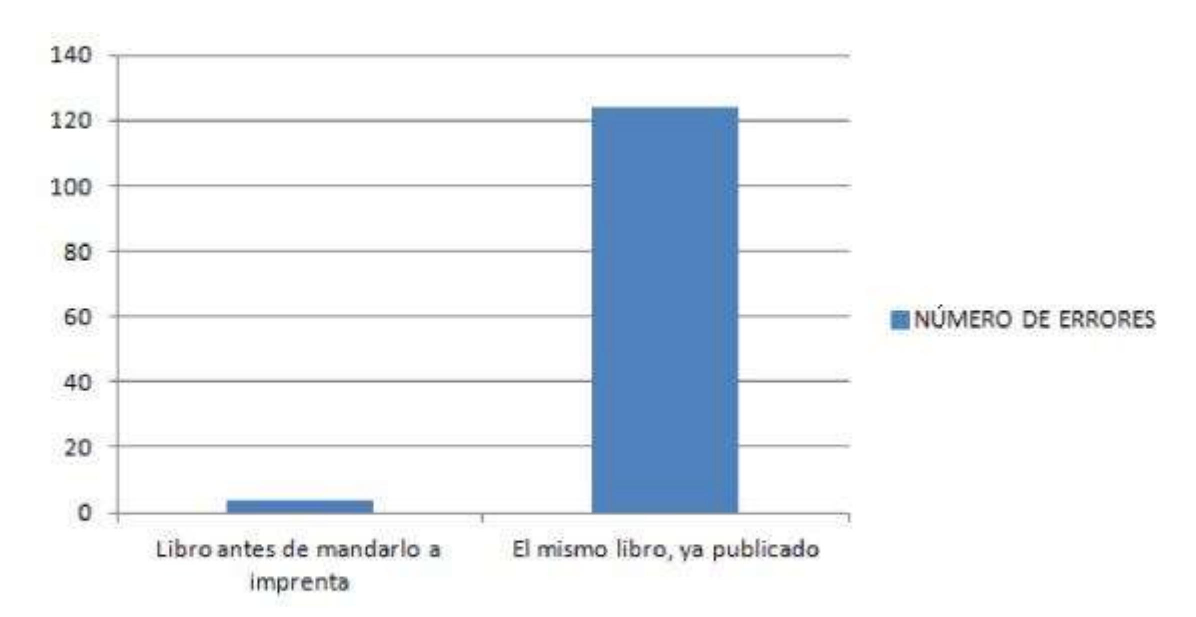
Sí, lamento decir que esto ocurre. Ocurre cuando te autopublicas y cuentas con ese corrector de aspecto profesional, web seria y precios razonables. Ocurre con el corrector que trabaja para la editorial grande. Ocurre en todos lados, en todos los formatos y circunstancias. Hasta puede darse el caso de que un buen corrector haga una mala corrección por falta de tiempo o desgana por tener que trabajar con tarifas muy bajas. No hay garantías. Si autopublicas y tienes a alguien que te corrija de plena confianza, has triunfado. Hay correctores muy buenos y correctores que no son muy buenos, y, teniendo en cuenta lo mal pagado que está, en general, el tiempo, esfuerzo y conocimiento necesarios para hacer una buena corrección, no debería sorprendernos que tendamos más a lo segundo. Pero ese es un debate para otro día.

Antes de nada, si estás pensando en encargar cualquier tipo de revisión, te recomiendo que leas este documento fabuloso de Pilar Comín Sebastián, que explica muy bien cómo funciona el proceso de trabajar con un profesional de la corrección. Lo tienes también en la bibliografía, al final de este libro.

Pero volvamos al asunto: ¿qué hacer cuando ya te han corregido y te enfrentas al resultado? ¿Cómo saber si ese texto lleno de tachones llega porque tú eres un escritor con muchos fallos o si es que te ha tocado un corrector regulero?

12 pistas para saber si te han hecho una buena corrección

La calidad de una corrección es difícil de medir (a no ser que te dediques a ello de manera especializada). El arte de la corrección, para el ojo no entrenado, puede parecer un misterio insondable, como la naturaleza de los unicornios o la satisfacción pomposa de gente que todavía no ha visto Juego de tronos. Y es que ¿quién puede entender el comportamiento de errores y erratas?



Varios autores se me han quejado de correctores que para ellos eran malísimos, pero al ver su trabajo comprobé que simplemente estaban aplicando conceptos que los autores desconocían. Otros autores me han venido a presumir de correctores fabulosos que les revisan novelas completas por cien euros. No te sorprenderás si te cuento que vi esas correcciones y no eran fabulosas, no.

He ahí algunas ideas:

1. Si es tu primera obra, es muy probable que un profesional sepa mucho más que tú

Así de simple. Si tienes dudas, hay muchísima información en línea y en manuales para saber quién lleva la razón. Si aun así no te aclaras, pregunta directamente, siempre con amabilidad y humildad, que como (ex)correctora te digo que no hay nada peor que un cliente que te viene cabreado a llamarte inútil y a gritarte hasta que le plantas la página correspondiente del manual de ortografía de la RAE en las narices.

2. Fíjate en qué cambia el corrector y busca patrones

Un buen corrector siempre muestra coherencia en su trabajo: no aplica las reglas al tuntún. Un mal corrector, por desgracia, sí lo hace, porque trabaja desde el instinto en vez de desde el conocimiento.

3. Si algún cambio te parece raro, raro, rarísimo, ¡enhorabuena!

Es muy probable que hayas aprendido algo nuevo e importante. Investígalo. Hay muchas cosas que aprendí con los libros de la editorial Gigamesh, por ejemplo, porque suele emplear correctores excelentes, que aplican reglas que muchos no saben ni que existen.

4. Si el cambio te parece excesivo, puede ser señal de que el corrector está aplicando criterios demasiado subjetivos

Modificación o eliminación de párrafos enteros, párrafos cambiados de sitio, párrafos reescritos por completo… Generalmente para las modificaciones grandes se recurre a un editor más estructural, o el corrector lo señala como sugerencia (con sus explicaciones); no es habitual que un corrector de estilo u ortotipo se tome esas libertades.

No obstante, no te escandalices si ves que te han cambiado los elementos de una oración de orden, por ejemplo. Esto es algo muy común, ya que muchos autores abusan del uso de un orden enfático sobre el orden natural de la lengua.

5. Si hay muy pocas correcciones, no te confíes

Si tienes motivo para sospechar que el corrector no ha hecho todo lo que tenía que hacer, recurre a otro para que te haga de sujeto de control: págale para que corrija un extracto pequeño del texto y compara la diferencia.

6. No te desesperes demasiado si tu texto está lleno de cambios

Muchas veces los que corregimos preferimos pasarnos a quedarnos cortos, porque partimos de la base de que tú, el cliente, decides qué aceptas y qué no. Algunas cosas hay que aceptarlas sí o sí (faltas básicas de ortografía, por ejemplo), pero preferimos que ignores ese punto y coma que te hemos puesto en vez de dos puntos antes que entrar en un debate interminable contigo para justificar una decisión que puede tener carices subjetivos.

7. Antes de ver qué cambios se han realizado, lee el texto corregido del tirón

Si tienes la opción, lee el texto final sin tener las marcas de cambios a la vista. Si notas mucho que tu texto ha cambiado o si hay algo que te chirría, examina qué modificaciones concretas se han llevado a cabo. Si de entrada no notas nada que te llame la atención, probablemente el corrector ha hecho un buen trabajo. Nuestro oficio es sacar todo el rendimiento posible a tu texto, pulirlo, no cambiarlo hasta que sea irreconocible o quede a nuestro gusto subjetivo. Un buen corrector puede cambiar muchas cosas respetando el estilo del escritor. A veces es peor mirar las correcciones de entrada, porque dejamos que nuestro orgullo se meta por medio («¿por qué ha cambiado esto, si estaba bien?»), en vez de percibir la mejora total de la obra.

Si trabajas con Word, la herramienta de control de cambios te permitirá ver tu texto con o sin los cambios aplicados. Si nunca has usado esta herramienta, hay muchos tutoriales por internet, como esta pequeña guía del Instituto Superior de Letras Eduardo Mallea.

Si el corrector no ha usado este control para sus modificaciones, puedes utilizar la herramienta de comparar en Word para ver qué ha variado entre tu texto original y la versión corregida.

Dicho esto, pide siempre por adelantado que los cambios se puedan ver de algún modo (que tengas acceso a algún tipo de control de cambios o por lo menos que te aparezcan señalados en el texto). Esto es importante también en edición tradicional: insiste a tu editor desde el principio en que te permita ver las modificaciones que el corrector haya aplicado a tu obra antes de que esta se envíe a imprenta. Esto no siempre se hace (con frecuencia te entregan las galeradas directamente, sin mostrar los cambios concretos), pero es fundamental: me ha salvado de más de un desaguisado.

8. Ten en cuenta que hay muchos tipos de correcciones: ortotipográfica, de estilo, estructural, de galeradas…

Infórmate y pregunta a tu corrector qué servicios ofrece para entender qué tipo de modificaciones puedes esperar en el texto. No puedes pedir a un corrector de ortotipografía que te simplifique subordinadas, por ejemplo (aunque algunos lo harán por puro orgullo profesional), ni puedes esperar de alguien que revisa galeradas (una revisión rápida que precede a la impresión) que te haga una revisión estructural.

9. Jamás, pero jamás, rechaces una modificación porque a ti tu elección «te suena mejor»

Hazlo, desde luego, si la razón del corrector ha sido subjetiva, pero si hay razonamiento técnico detrás, el que a ti algo te parezca más bonito o mejor no significa que sea correcto. El corrector tiene más experiencia que tú en ese sentido (esperemos) y entiende mejor que tú el funcionamiento del lenguaje. Consulta si tienes dudas, pero no entres en debates pedantes. NO seas aquel cliente que se inventó una declinación latina porque sí, porque le gustaba, ni aquel cliente que no quería que le corrigiera las faltas porque quería que su libro fuera «de la calle».

10. Lo barato sale caro

Aquí no tengo que dar muchas explicaciones, ¿verdad?

11. Recuerda que esto es personal para ti, pero no para el corrector

Quien te ha corregido ha visto, como mínimo, tres textos mucho peores que el tuyo en lo que va de mes. Muchas veces nos sentimos avergonzados: ¿qué pensará de nosotros quien nos corrige con todas estas meteduras de pata? Nos hartamos de justificar nuestros errores y despistes. De verdad, no es necesario. Quienes corrigen no tienen tiempo ni ganas de juzgarte. Son como el ginecólogo que ve una vagina. De verdad que ha visto, como mínimo, tres vaginas mucho peores que la tuya en lo que va de mes.

12. Algunas correcciones no son para eliminar errores, sino para crear una coherencia de estilo en una publicación

Esto lo verás mucho en revistas y periódicos, pero casi todas las editoriales tienen sus preferencias en este sentido. Por ejemplo: en El fin de los sueños nos modificaron cuestiones de puntuación, no porque estuvieran mal, sino porque la editorial seguía las recomendaciones de José Martínez de Sousa sobre las de la RAE respecto a la puntuación con texto entre comillas. Esto lo explica bien aquí Marian Ruiz Garrido:

Al rato volvió. «Te traigo un regalito». Era el libro de estilo de El País. «Perdona, tenía que habértelo dado antes». Sonrió y se fue. Poco a poco me fui recobrando. No había sido por cuestiones gramaticales, sino por convenciones vinculadas a la línea editorial. Aprendí lo importante que es ajustar la propia voz al tipo de publicación y a qué llamaban «línea editorial».

El síndrome del primer libro (y cómo remediarlo)

Por suerte, el momento horrible de recibir un texto repleto de modificaciones es algo que experimentarás solo una vez.

Jajaja, no.

Experimentarás esa sensación de vacío en la boca del estómago cada vez que recibas correcciones. Por suerte también te pasará lo siguiente:

a medida que avances aprenderás y cada vez habrá menos tachones y

cada vez te importará menos, porque empezarás a ver las correcciones como algo muy positivo.

Ten por seguro, eso sí, que no eres el primero ni el último en pasar por ese bache, y que es una parte fundamental del trabajo del escritor. Si no te consideras capaz de lidiar con eso, no te consideras capaz de ser escritor.

Como dice Óscar Iborra en el artículo ya mencionado de Esther Magar:

A quienes se estén enfrentando a críticas ahora les digo que no se desanimen. Que no se lo tomen a nivel personal. Que se desapeguen de su texto y no tengan miedo de borrar y reescribir. No pierdes lo que te hace escritor por destrozar lo que has escrito y rehacerlo. Es como una especie de miedo a perder algo concreto, el texto que hemos escrito, y no ser capaces de volver a escribirlo. Pero hay que pasar por ese proceso de perder lo que hemos hecho para crear algo mejor. Corregir nos hace más fuertes, nos hace más escritores.

Con todo, hay algunas cosas que te ayudarán a reducir el escozor:

Tu sistema de apoyo. Hay gente para todo, pero yo creo que el trabajo del escritor puede ser tan solitario y desagradecido que es importante tener una red de apoyo. Comunidades virtuales o reales, espacios de cotrabajo o grupos en línea (como el ya mencionado Escritor emprendedor) te ayudarán a superar los momentos de mayor inseguridad y frustración.

Entender que no eres el primero en pasar por esto. No te sientas idiota por sentirte mal: ¡es normal! Recomiendo de nuevo leer las entrevistas de Esther para ver de qué modo lidiaron otros autores con este problema.

Leer un libro muy malo. Esto te parecerá una tontería, pero a mí me ayuda mucho. En mis momentos de bajona y duda leo algo terrible en línea o en papel y me digo que, por mucho que me falte por aprender, por lo menos no soy tan soberanamente inútil como [insertar novelista despreciable de moda aquí].

Celebrar la corrección. Hay dos formas de hacer esto: 1) Aceptar que has llegado a una fase más de tu libro y que eres un superviviente fabuloso. Sal con tus amigos, ve al cine, pasea feliz a tu mantícora por un monte bonito y lustroso. ¡Enhorabuena! O también puedes optar por: 2) Chupito por cada gerundio que el corrector te ha eliminado.

Releer la opinión de las personas que se leyeron tu manuscrito y que se emocionaron con él. Las correcciones son la parte técnica; en realidad nos tomamos como algo subjetivo algo que debería ser robótico, una fase más de escritura, y nos olvidamos de aquello que es muy valioso: el placer de las personas que leyeron tu obra y consideraron que merecía mucho la pena.

Tomártelo como una experiencia de aprendizaje. Conviértelo en algo objetivo y menos doloroso incluyéndolo de forma activa en tu sistema de trabajo. Categoriza tus errores, crea listas de referencias que podrás tener a mano en las revisiones de tus siguientes textos. Esto te ayudará a ver la corrección como la herramienta poderosa que es.

Publica y comparte mucho, exponte a la crítica. La realidad del asunto es que cuantas más veces te corrija alguien, menos escuece. Esto también pasa, hasta cierto punto, con las reseñas. Pero de las reseñas hablaremos largo y tendido en otro momento, ya que dependen de factores muy distintos: la meta en una corrección nunca debe ser opinar, sino encontrar los fallos de un texto con el objetivo constante de mejorarlo y sacar todo su potencial.

Hay vida después de la corrección

Es muy normal que tras la publicación de un libro te sobrevenga una sensación de vacío y agotamiento. Puede incluso que tengas cierto bloqueo persistente. Muchas personas experimentan esa sensación antes, al recibir la corrección, así que entiende que esto nos pasa a todos, que no es que tú seas especialmente torpe. Muchos autores recomiendan parar la escritura un tiempo cuando termina el proceso de un libro, desconectar y descansar. Puede que eso te funcione, pero también corres el riesgo de que asocies ese libro con sensaciones negativas y cada vez te cueste más ponerte a escribir otra vez. Y cuanto más largo

sea ese bloqueo más difícil será empezar de nuevo. Por eso yo suelo recomendar que no dejes de escribir en ningún momento: emociónate con una historia nueva lo antes posible. Durante unos días te costará horrores, pero poco a poco vendrá.

Una de las cosas malas (y buenas) de la escritura es que se trata de un trabajo de acumulación a muy largo plazo. Esto es malo porque el aprendizaje (y la venta de libros) es un proceso muy lento en comparación con otras habilidades. Pero también es bueno porque, a diferencia de las habilidades atléticas, por ejemplo, es algo que puedes desarrollar todo el tiempo que quieras. Es de los pocos trabajos donde serás mejor cuanto mayor seas.

Y cuando tengas 76 años mirarás este artículo y te reirás por lo mal que lo pasaste en aquella primera corrección. 156 correcciones más tarde, te parecerá algo tan anodino como levantarte cinco veces a mear por la noche. Levemente molesto, pero necesario.

A no ser que para entonces seamos todos entidades avanzadas, grandes masas de carne fofa y sin forma con cerebros conectados a la nube, productos en masa de alimento y energía para nuestros señores los gatos robóticos.

En cuyo caso, es muy probable que todo esto de hablar de escritores y corrección se nos quede un pelín obsoleto, ¿no te parece?

La novela corta es más útil de lo que crees

Dicen por ahí que la vida es eso que pasa mientras esperas al festival Celsius del año que viene.

No, no lo dicen, lo confieso. Se me ha ocurrido ahora, sobre la marcha. Solo lo decimos algunos, pero no por ello es menos verdad.

Voy a hablar ahora de novela corta. Casi enseguida.

Pero Celsius.

Y prometo que esto viene a cuento.

Aparte de todo lo de fantástico que tiene el festival a nivel social (la sensación de comunidad es apabullante), el Celsius 232 también es un centro de motivación y aprendizaje. Para ti tal vez haya algo similar: algún congreso o convención en tu sector que te cargue las pilas de modo irrefrenable y disoluto (la elección de esa última palabra no es casual). Cuando pasas todo el año trabajando y con una rutina de producción bastante establecida, es en sitios como estos donde ves los resultados de tus esfuerzos (o donde empiezas a entender los resultados que podrías alcanzar).

La ventaja del Celsius es que es con sidra y cachopos.

Para mí, además, es un lugar donde cada vez me siento más animada a aportar algo, no solo como escritora, sino como participante más «interna» del espíritu del festival. Muestra de ello es el taller de escritura que hemos coordinado entre la organización del festival y servidora, para que cada año esté AÚN MEJOR (¿cómo? ¡Imposible!) y para que la gente acuda desde todos los rincones del universo y tengan que colgarse del travesaño y de las arquivoltas para poder pillar hueco (por ejemplo).

(No, no hay arquivoltas en el recinto en el que realizamos el taller. Están en mi imaginación, pero esta es poderosa).

Quiero centrarme en una mesa redonda que tuvo lugar en el festival, donde tuve el privilegio de poder sentarme a hablar de la novela corta, junto con gente de

bien como Nieves Delgado, Felicidad Martínez, Elías F. Combarro o Pablo Bueno. Moderaba la mismísima Cristina Macía, una de las organizadoras del festival, aunque en algunos parajes recónditos la conocen mejor como escritora de libros de cocina o traductora de autores de escaso renombre como Pratchett o G. R. R. Martin.

Llegamos a algunas conclusiones. Y yo llegué a la conclusión de que esas conclusiones podrían servir por aquí también, conclusamente.

Breve introducción a las razones que me llevaron a traerte este artículo

Desde hace un par de años voy a las charlas del Celsius con la aplicación Evernote a mano (lo malo de esto, me temo, es que parece que estoy mirando el móvil en vez de prestar atención, cuando es justo lo contrario). Ahora también llevo boli y libreta cuando soy ponente, porque he llegado a ese punto bonito de mi vida en que soy una excéntrica ya no me da tanto apuro hacer las cosas a mi manera. Y porque se lo vi hacer a Irene Rodrigo una vez y esto es un burdo plagio copia homenaje.

Todas las charlas me fueron de interés y provecho pero tal vez la de la novela corta fue la que me llenó más páginas de libreta.

Esto es porque es un tema al que le he dado ya muchas vueltas.

El peligro de empezar por el final

Hay una acción entre escritores que empiezan tan-común-tan-común-tan-común que cuando hablo con alguno/a ya hago apuestas mentales por ver cuánto tardarán en sacar el tema. Esa acción es comenzar escribiendo novelacas, incluso series de novelas.

Tal vez tú estés gritando ya, con tu manuscrito de 800000 palabras delante: «¡Gabriella, eso no es un error, no es un problema! ¡Solo lo es para otros! ¡Yo triunfaré con mi heptalogía superoriginal sobre elfos, orcos y magos guerreros y guapos!». Estás en lo cierto. Eres excepción de talento y yo no sé nada, Juana Nieve.

Vamos a dejarlo en que es un error MUY común. Yo también lo he cometido, claro.

Volviendo la vista atrás, es evidente que no debí hacerlo. ¿Cómo vas a

escribir una tetralogía si jamás has probado a estructurar una sola novela? ¿Cómo perder tanto tiempo escribiendo palabras incontables (y pretender publicarlas) si la calidad de lo que creas ahora es… bueno, de escritor que empieza?

Por supuesto que hay personas de talento sin igual que son una inspiración para todos (y ejemplos ad nauseam a los que se aferran los que creen en la musa y la habilidad innata por encima de todas las cosas), pero en la inmensa mayoría de los casos que conozco, esto acaba en desastre. El escritor que todavía no tiene desarrollado ni su estilo ni su hábito de escribir se viene abajo en cuanto es consciente de la enormidad de la tarea que se ha propuesto. A veces hasta deja de escribir. Sí, del todo (o casi).

Podríamos hacer un Whiplash y hablar de cómo el escritor verdadero puede contra todos los obstáculos. Y no digo que no haya que ser ambicioso/a. Pero ¿no tendría más sentido practicar con algo más sencillo, aprender primero lo básico?

¿Acaso intentaríamos tocar Caravan para nuestro primer acercamiento a la batería? En el arte, miles se empeñan en emular a los grandes del surrealismo, abstracto y de la vanguardia sin estudiar primero técnicas básicas de dibujo. Y en la escritura tenemos a la Gran Epopeya de Fantasía Épica para principiantes, no sé por qué. Desde luego es mala señal si ni has terminado el primer capítulo de tu libro y ya tienes las ilustraciones, el cosplay y las firmas en San Diego.

La culpa de esta tendencia, sospecho, es esa noción curiosa que tenemos de la escritura como algo basado exclusivamente en una habilidad mágica con la que nacemos y con la que empezamos a hacer flipar a nuestros profesores y padres ya con cinco añitos. Confundimos el «vaya, esta chavalilla tiene maneras y hasta sabe hilar dos frases, a diferencia de sus compañeros», que piensa el profesor, con el «vas a ganar un Nobel mañana mismo» que dice.

Pensamos que o bien seremos capaces de escribir la mejor novela extensa de la historia o bien no servimos para esto. Sí, sí, yo también lo pensaba. Si me hubieran dicho a mí con quince años que igual antes de escribir doscientas páginas de romance paranormal con mary sue incluida (¡hasta se llamaba como yo!, ¡y había vampiros!) tendría que haber aprendido y practicado con otros formatos (y estudiado más sobre la planificación y funcionamiento de la novela), tampoco habría hecho mucho caso.

Hablemos (por fin) de novela corta

Una de las desgracias de la novela corta es que a menudo olvidamos su existencia. Queremos saltar del cuento a la novela de dos mil páginas del tirón, sin acordarnos de que hay un campo de ejercicio mucho más interesante para cruzar ese puente y no ahogarse en un tenebroso Estigia de ridículo, autodesprecio y abandono.

Esa es solo una de las razones por las que la novela corta es muy muy útil. Sí, yo tengo algunas en el cajón. Sobre todo me invitaron a esa mesa redonda en Celsius por Crónicas del fin, cuyas entregas tenían extensión de novela corta. Pero las novelitas olvidadas del cajón son tal vez los documentos que más me han ayudado a progresar como escritora, por muchas razones.

Grandes ventajas de la novela corta

1. Es un campo de pruebas excelente

¿Tienes una gran idea, pero no quieres dedicar meses (o años) de tu vida para ver si merece la pena convertirla en novela? ¿Y sin embargo no es posible desarrollarla bien en un relato? La novela corta es tu amiga.

Experimenta todo lo que desee tu corazoncito vanguardista. Para nosotros, Crónicas del fin también respondía a esta necesidad, y ahí están las novelitas de Horizonte rojo, de Rocío Vega, por poner otro ejemplo. Hacer una obra por entregas, con extensión de novela corta, es una manera rápida de valorar el seguimiento del público y ver si merece la pena la inversión de tiempo y esfuerzo.

2. Es un anzuelo útil

¿Quieres darte a conocer? ¿Quieres presentar tu mundo a otros mediante un cebo gratuito? ¿Quieres enganchar suscriptores a tu lista de correo a quienes les interese tu forma de contar las cosas?

Puedes crear una precuela, una obra ambientada en el universo de otros libros tuyos o simplemente ofrecer una obra a precio bajo para ganar visibilidad, sin necesitar el tiempo que requiere una novela larga (pero ofreciendo una experiencia de lectura de mayor inmersión que un relato corto).

3. Es una herramienta de marketing

Precisamente por lo que ya he comentado, tu novela corta (o novelas

cortas) puede ser un modo ideal de atrapar público objetivo. En el mercado estadounidense, por ejemplo, es muy común que las obras autopublicadas que venden como churros sean más bien cortas. Algunos autores triunfan con lo que llaman short stories, pero que tienen 15000-30000 palabras. En algunos géneros de demanda alta (como la romántica o el suspense) es una manera de aumentar la producción al ritmo que exige el mercado.

4. Funciona bien para antologías

Si tienes dos o tres novelas cortas que no terminas de saber dónde colocar, puedes unirlas y crear un solo tomo (esto funciona mejor aún si se desarrollan en el mismo mundo o tienen algún tipo de vinculación entre sí). Algunos ejemplos son Mala racha, el compendio donde se publicaron tres novelas cortas que abrieron paso a mi coautor en el panorama nacional de ciencia ficción, o La mirada extraña, de Felicidad Martínez.

5. Está de moda

Como todos los géneros y formatos, la novela corta ha tenido sus momentos de auge y sus momentos de olvido. Pero con la reivindicación de editoriales como El Transbordador, Apache, Sportula, Cazador de Ratas o Cerbero (que además ha adoptado el formato práctico del bolsilibro), cada vez hay más sitios donde mandar tu manuscrito si buscas publicación tradicional. Hablo, sobre todo, de casas de género, pero seguro que en tu sector encuentras casos paralelos. Creo que todo esto responde a la revolución de las plataformas digitales y al acortamiento de las obras debido a ese auge del gratis y del «0,99 €» como posicionamiento en Amazon y plataformas similares.

6. Puede formar parte de tu marca de autor

Como la novela corta no es tan común como la larga de toa la vía, es sencillo crear una imagen alrededor de la noción de «persona que escribe novelas cortas». Esto no significa que no puedas publicar otras cosas, pero sí que es una etiqueta que puede ayudar a otros a recordarte y para atraer a lectores que gustan especialmente de ese formato. La ya mencionada Nieves Delgado es un buen ejemplo de esto, ya que con 36 y sus libros de cuentos se ha colocado (probablemente de manera no intencionada) ante el público de narrativa más o menos breve dentro de la ciencia ficción. Autores como David Luna o Javier Castañeda han aprovechado el tirón de premios ganados (precisamente por narraciones de extensión menor) para darse a conocer al amparo de la editorial

Apache.

7. Es una recompensa para tus lectores

¿Quieres agradecer a tus lectores su fidelidad y entusiasmo? ¡Regálales más de lo que les gusta! Esto no es solo altruista y rebonico, sino que ayuda a convertirlos en lectores más fieles, lectores con valor a largo plazo, personas maravillosas que te ayudarán a mantenerte a flote en este barco que zozobra cada dos por tres.

Conviértelos a tu palabra: regala una novela corta. No es tanto esfuerzo como una novela larga, pero tiene mejor recepción que un relato. Y, hablando de recompensas, también puede ser una opción extra para crowdfunding (micromecenazgo), Patreon, etc.

8. Aprendes más rápido

Llevo diciéndolo casi desde el principio de mi blog, allá por el año 345 a de C., pero no puedo dejar de insistir. El aprendizaje suele venir de una combinación de teoría y práctica. Puedes leer libros de técnica narrativa y analizar mil libros de ficción para ver cómo funcionan (o cómo fracasan), pero también necesitas sentarte a escribir (o escribir de pie, quién soy yo para juzgarte y reírme mientras te señalo con el dedo) para entender cómo aplicar toda esa teoría. Y se progresa mucho más rápido terminando proyectos. Como he dicho ya unas ocho veces, una novela corta puede escribirse en mucho menos tiempo que una novela al uso, así que la sensación de terminar es poderosa y nos impulsa a seguir y a hacerlo cada vez mejor.

También nos permite probar muchas más cosas diferentes, porque…

9. Permite mayor libertad

No me convenció el final de Distancia de rescate, de Samanta Schweblin. ¡El resto del libro había estado tan bien…! Me esperaba algo más, algo que me pareciera más coherente con la historia que contaba. Pero, como la novela era corta, la inversión de tiempo y atención había sido menor: el regusto agradable de la primera impresión todavía estaba fresco y por tanto la sensación general era favorable.

Si hubiera llegado a ese final tras una inversión de mil páginas de lectura… bueno, otro gallo habría cantado, y de forma muy ronca y desagradable.

Diría también que es menos probable que un lector abandone una novela corta en las primeras páginas. El lector va a darte más oportunidades, porque la sensación de que le estás robando energía y la posibilidad de leer otras obras mejores es muy inferior.

10. Mejor adaptación a formatos nuevos

Cada vez consumimos una parte mayor de nuestros contenidos en nuestros teléfonos móviles.

Sí, es posible que quieras leer Guerra y paz en el móvil, pero eso no es lo habitual. No obstante, un cuento se acaba taaan pronto.

Novela corta para los ratos sueltos de espera y entretenimiento, por favor.

11. Te permite desarrollar mundos

Si te has enamorado de tu universo fabuloso, pero no quieres matar de aburrimiento a tus lectores con una construcción de mundos tediosa y sobrecargada de información, una narrativa más corta puede ser tu solución: puedes seguir ampliando tu fabuloso planeta de bichos artrópodos adorables con otra historia

Lo mismo ocurre con los personajes. Un spin-off de tu personaje secundario favorito podría ser demasiado en una novela de extensión habitual (tampoco le pasan tantas cosas), pero 20000 palabritas le vienen que ni al pelo.

Un apunte para terminar

No me entiendas mal. No digo con todo esto que tengas que marcharte corriendo a escribir una novela corta. Por lo menos, ten la decencia de terminar de leer este artículo, que por largo que sea es más corto que muchos relatos.

¡Empero! (empero hay que decirlo siempre entre exclamación, para que quede manifiestamente irónico y estupendo): espero haberte convencido de que este formato es sexi, muy sexi.

Casi tanto como tú.

(Guiño, chasquido de lengua, ladeo leve de cabeza y apunte con el dedo).

(Suelta el micro).

(El micro cae al suelo y se rompe).

(Gabriella dedica diez años de su vida a trabajar en una mina de arulelio empobrecido de Júpiter para saldar la deuda del dichoso micro).

(Y dedica las noches oscuras, muy oscuras, de su encierro a toser de manera lúgubre, escribir novelas cortas y tal vez, solo tal vez, terminar este artículo).

Cómo conseguir (y sacar partido) a tus lectores cero

Mi sistema para elegir temas de los que hablar en mis libros y blog es tremendamente sofisticado, lleno de gráficas y subtítulos y ecuaciones misteriosas.

Pero como eres una persona inteligente (y muy atractiva, he de decirlo), te lo voy a explicar y seguro que lo entiendes. Escribo sobre dos cosas:

Lo que me apetece.

Lo que apetece a mis lectores.

Calibrar lo que me apetece a mí es fácil: me siento y escribo. Calibrar lo que apetece a mis lectores también lo es: algunos temas se repiten en los correos que recibo y en comentarios en redes sociales. Y hay un tema sobre el que tenía pendiente hablar, más que nada para ahorrarme dar la misma respuesta una y otra vez a la pregunta: ¿qué es un lector cero, de dónde lo saco? ¿Y cómo funciona?

En el mundillo se usan los términos lector cero y lector beta con relativa facilidad, pero siempre habrá alguien que escuche esos nombres y piense en autómatas, betatesters de juegos o robots avanzadísimos de corrección literaria. Otros imponen un criterio filosófico: si un lector es cero, ¿acaso no existe? ¿Es un no lector?

Paradojas y ciencia ficción aparte, volvamos a lo básico: un lector cero es una persona que lee tu obra y da su opinión ANTES de que el libro se publique.

Por lo general, el lector cero lee tu obra antes siquiera de que esta se mande a editoriales. Es un probador no oficial de la calidad de tu producto.

Muchas preguntas más rodean a la figura de este personaje misterioso y codiciado. Las más comunes suelen ser:

¿Dónde consigo a un lector cero? ¿A cuántos debería conseguir?

¿Qué características tiene un buen lector cero?

¿Cuánto caso debo hacer a mi lector cero?

¿Qué debería pedir a mi lector cero?

Así que vamos a intentar responder a estas cuatro preguntas, con menor o mayor acierto. Repito por enésimaquinta vez que todas estas respuestas se basan en mi experiencia personal tanto como escritora, como editora y como lectora profesional (y sí, como lectora cero). Puede que la experiencia de otros profesionales sea distinta, pero garantizo que ninguno de estos consejos te va a venir muy mal ni va a hacer que acabes en enemistad vital e insoluble con tus lectores de prueba. De hecho, este artículo está pensado para que tengáis la mejor experiencia colaborativa posible.

Empezamos por el principio: ¿dónde y cómo se consiguen lectores cero?

A la caza del lector cero

Si lo que buscas es valoración (conocida en círculos más anglicistas y spanglish como feedback) sobre tu obra antes de autopublicarla o antes de mandarla a editoriales, ten en cuenta que hay dos tipos de lectores cero y hay dos formas de conseguir opiniones de esos lectores:

Con una lectura completa de tu obra, privada, tras la que el lector te dará su opinión (más adelante hablaremos de qué debes pedirle exactamente). Esta es la figura clásica del lector cero.

Con una lectura parcial, pública, sobre la marcha. Para esto puedes utilizar lugares como Wattpad y similares, que tienen apartados destinados a subir tus escritos y recibir opiniones sobre estos. No olvides que para que otros te comenten debes comentar tú también en textos ajenos, y ten en cuenta que si lo que pretendes es publicar en una editorial tradicional, muchas no aceptarán textos que no sean inéditos (y que estén publicados en internet no cuenta como inédito). He incluido varias webs de este tipo en un apartado específico de la bibliografía.

Para simplificar, vamos a concentrarnos en la figura del lector cero clásico y privado. Recuerda que dos lectores cero son mejores que uno. Tres lectores cero son mejores que dos, y así. Cuantas más opiniones, más posibilidades tienes de hacerte una imagen general de la recepción de tu obra y dar con datos cruciales.

Para mí, la manada perfecta de lectores cero sería esta:

–Un puñado de lectores ideales, es decir, lectores que sean de tu género, de tu nicho. Necesitas tener en cuenta a tu lector objetivo. ¿Para qué tipo de público

estás escribiendo? La opinión de un lector de romántica probablemente no sea representativa de lo que piensen los futuros lectores de tu obra de ciencia ficción. Aun así…

–Un par de lectores que no sean para nada tu público objetivo. Aunque los lectores de tu nicho son a los que más necesitas complacer, a veces de tanto mirar los árboles no sabemos ver el bosque y tiene que venir alguien de fuera a decirnos que está ardiendo.

–Algún que otro escritor: un lector podrá darte sensaciones, reacciones; un escritor sabrá identificar y explicarte dónde has fallado (o acertado) para producir esas sensaciones.

–Un editor o lector profesional: alguien que pueda aportarte no solo una visión objetiva y detallada de las carencias y aciertos de tu obra, sino también ofrecerte un punto de vista comercial. Como es evidente, este tipo de lector cobrará por sus servicios.

Ahí tenemos un supergrupo de lectores cero. Pero ¿dónde los encontramos?

En mi caso tengo suerte, pero creo que es el caso de cualquiera que lleve un tiempo moviéndose en el sector editorial, compartiendo su afición por la lectura y escritura con otros lectores y escritores (y editores). Tengo un grupo de personas que ya me han demostrado que tienen un ojo crítico excelente, a las que intento sobornar con libros, amistad, alcohol y amor para que lean y opinen sobre mis cosas. Este es un caso extraordinario y soy muy consciente de la gran fortuna que tengo con estas personas. Pero también soy consciente de que si no tienes ya un grupito majo creado de lectores maravillosos, tu procedimiento inicial tiene que ser el del intercambio.

No hablo del intercambio de parejas, aunque ese podría también ser un modo eficiente de conseguir nuevos lectores cero. Después del sexo la gente siempre parece más receptiva a hacerte un favor (aunque imagino que eso depende de lo bien que te portes en la cama).

Hablo del intercambio de lecturas con otros escritores.

Verás, el hábitat natural del lector cero medio es, curiosamente, el mismo que el de los escritores.

Los escritores solemos leer mucho, y por nuestro oficio tenemos buena vista

para identificar los problemas técnicos que hacen que una obra sea menos que perfecta. Por eso somos buenos lectores cero. Cualquier foro de escritores, grupo de escritores en Facebook o en Goodreads puede ser un buen sitio donde empezar. ¡Pero no entres poniendo spam de «léete mi libro»! Moléstate en conocer a la gente, busca a personas que creas que puedan ser interesantes, comunícate con ellos, deja que te conozcan un poco antes de proponer un intercambio de lo más decente. Sí: tú leerás su libro si ellos leen el tuyo. Aunque significará hincharte a leer, procura buscar a unas cuantas personas, porque por pura estadística siempre habrá alguien que no cumplirá.

También puedes recurrir a amigos y familiares, claro, pero solo si tienes la certeza absoluta de que no estarán condicionados por su amor hacia ti. El «todo es fantástico» de tu querida madre no te va a servir de nada. Buscas a quien te diga cosas negativas. Buscas a gente que se aburra con tu novela, gente a la que no gusten tus personajes. Porque a ellos les puedes preguntar por qué. A los de la única estrella en Amazon y Goodreads tras la publicación del libro no puedes preguntarles nada. Bueno, puedes, pero créeme que no debes.

Y, por supuesto, si quieres a un lector cero profesional, a alguien que sabe identificar muy bien los defectos de una obra, vas a tener que pagar por ello. Para esto sirve el famoso informe de lectura. ¿Cómo saber si un lector profesional es bueno en lo que hace?

Ahí van algunas pistas:

Cobra una tarifa respetable (dependerá de la extensión de tu texto, pero un informe de lectura digno generalmente te va a costar más de 70 euros). Habrá excepciones, pero si algo parece demasiado bueno para ser verdad (¡informes excelentes por 30 euros!) probablemente no lo sea.

Se especializa. Si escribes fantasía, te interesa un lector especializado en fantasía. Esta no es una regla de oro, pero ten en cuenta que si un lector se especializa, conoce mejor los entresijos de un género y puede serte de más ayuda.

Te llega con recomendación. Habla con otros escritores y pregúntales si han trabajado con lectores profesionales y a quiénes recomiendan. De nuevo, huye de la recomendación tipo «este me lo hizo por cuatro duros» e interésate más por las que son del tipo «supo ver enseguida cuáles eran los fallos más importantes de mi novela».

¿Dónde encontrar a un lector profesional? Una búsqueda en Google siempre es tu amiga, pero LinkedIn tiene una base de datos interesante, donde podrás buscar por oficio a los diferentes lectores que se anuncian (y además ver su currículo). No te quedes con el primero que veas: pide presupuestos y pregunta a cada candidato cómo son sus informes; la respuesta puede decirte mucho sobre el trabajo de cada lector.

Y lo dicho: pregunta a otros escritores por sus experiencias personales con este tipo de profesional. Siempre que alguien me ha preguntado, he recomendado varios lectores profesionales de quienes tengo referencias excelentes. No me llevo comisión ni hay interés ninguno: un lector profesional bueno es algo raro (por la sencilla razón de que hacer un buen informe de lectura es muy trabajoso y rara vez rentable) y merece toda la atención posible.

Ya sean de pago o por la patilla, ¿qué características tienen los lectores que más te interesa conseguir?

Las características del lector cero perfecto

Si un lector cero tiene conocimientos técnicos de escritura, puede hacerte la vida mucho más fácil, pero no es una condición indispensable. El buen lector cero, por lo general, debe tener estas propiedades:

No debe tener miedo de decirte las cosas malas. De ahí que tu madre o tu novio tal vez no sean buena idea.

Debe tener cierto bagaje lector. Si tu lector cero solo ha leído un libro en su vida, todo lo que escribas será comparado con ese libro. Cuanto más haya leído tu conejillo de indias, más datos tendrá para valorar la calidad de tu obra. Sobre todo si lee mucho en tu género.

Debe tener cierto afán (y capacidad) de comunicación. Algunos lectores estarán encantados de leer tu obra, pero luego no sabrán o no querrán comunicarte sus sensaciones. Necesitas de tu lector algo más que un «me ha gustado».

Recuerda que estas características se corresponden, a su vez, con ciertas características que debes tener tú:

La capacidad de encajar las críticas. La capacidad de sonreír y decir «gracias» cuando digan que tu final es una birria, aunque en tu imaginación estén lloviendo cuchillos de punta sobre el dichoso betatester.

Entender que las alabanzas son muy bonitas, pero que lo que necesitas son críticas. Es en lo negativo donde encontrarás el trabajo que todavía le queda a tu libro. Lo positivo te dará calorcito por dentro, pero lo negativo es lo que necesitas ahora mismo.

Saber qué pedirle exactamente a tu lector. Decir simplemente «dime qué te parece» no te va a aportar gran cosa, y es frustrante para el lector, que no sabrá ni por dónde empezar. Yo propongo enviar a tus lectores un cuestionario preciso (un poco más adelante te haré algunas sugerencias).

Un respeto por el tiempo y trabajo de tu lector. Debes ser muy consciente de que leer un libro y opinar sobre él exige un tiempo y esfuerzo precioso (cuando he hecho informes de lectura profesional he dedicado dos semanas o más a rumiar sobre el libro, dándole vueltas y analizando qué no funciona y cómo solucionarlo). No es necesario que entregues un borrador ya finalizado a tu lector (después de todo, pasarle ocho correcciones para luego tener que ponerte a cambiar cosas no tiene mucho sentido), pero procura, por lo menos, pasar un borrador que no esté plagado de errores y erratas; que se note que es algo más que un primer manuscrito sin revisar. Un par de veces, amigos escritores me han pedido lecturas cero que nunca llegué a entregar, porque me sacaba de la lectura la gran cantidad de errores que encontraba a cada paso de un manuscrito en bruto.

¿Cuánto caso debo hacer a mi lector cero?

Antes de sacar Lectores aéreos, mi libro de relatos, fui a mi lista de correo y pregunté a mis suscriptores si a alguien le interesaría recibir una copia gratuita a cambio de leerla y darme su opinión. Se prestaron unas veinte personas (me quedé solo con quince, para no volverme loca) y, como podrás imaginar, las sugerencias fueron de lo más dispares. Una de las cosas más curiosas fue que, entre otros puntos, pedí que valorasen los relatos por orden de preferencia, y había relatos que eran los preferidos de unos y los menos valorados de otros. Es cierto que alguno de mis cuentos en esa compilación es… peculiar, pero ¿qué iba a hacer yo con tantas valoraciones diferentes?

Me acordé de un comentario de Neil Gaiman, que aconsejaba que si alguien te dice algo sobre tu libro no debes hacerle caso, pero que si te lo dicen varias personas, va siendo hora de escuchar. Las opiniones de mis lectores eran, cuanto menos, distintas entre sí, pero hubo un par de comentarios que se repitieron, que vinieron de tres o cuatro personas. El relato Ir a morir, por ejemplo, tiene en el libro un final muy distinto que en el borrador original, al igual que ocurre con El

extraordinario caso de Emil Von Trope y Jack el Destripador, cuya segunda mitad se reescribió tres veces antes de dar con un resultado que me pareció satisfactorio.

Siempre habrá comentarios de los lectores que provengan de su experiencia y preferencia personal. Un lector me dijo que en la antología había demasiado sexo y que le parecía gratuito. Lo sexual para mí define al libro: es en el erotismo donde me gusta rebuscar en la expresión más oscura y más sublime del ser humano, y me encanta mezclarlo con fantasía. Hacer caso a ese lector (tuviera razón o no), habría implicado modificar mi mensaje básico, la esencia del libro. Si tienes muy claro cuál es tu objetivo, el corazón de tu obra, habrá sugerencias que no podrás aplicar.

La experiencia de pedir ayuda de este modo fue muy positiva, pero también entiendo que por miedo a plagios, filtraciones y etc., esto no sea algo con lo que se sientan cómodos todos los escritores. Por suerte, a raíz de esa experiencia di con algunos lectores alucinantes, con una vista prodigiosa, con los que sigo contando para otros proyectos. Todas las opiniones fueron muy útiles, pero enseguida me di cuenta de que algunos lectores están mejor equipados para el género con el que estás trabajando; del mismo modo que hay lectores que ofrecen mucha más información que otros. Por esto, cuanto mayor sea tu círculo de lectores, más información de valor podrás extraer para tu obra.

Y ahora viene la gran pregunta. He dicho que no es buena idea simplemente mandar a un lector un texto y pedir que opine, que es mejor guiarlo hacia lo que te interesa. ¿Pero cómo conseguir esto?

¿Qué debería pedir a mi lector cero?

Quiero distinguir una vez más entre el lector de calle, el lector amigo/conocido/seguidor/aficionado/adicto que va a comunicarte sus impresiones y opinión, y el lector profesional que te realiza un informe de lectura. Si combinamos el trabajo de ambos tipos, podríamos dar con un cuestionario tal que así, un cuestionario que enviarías a cada uno de tus lectores:

Nombre que quieres que aparezca en los agradecimientos. Esto es lo primero y más importante: debes dejar claro desde el principio que eres consciente del trabajo realizado y lo mucho que lo agradeces. Y acordarte luego de mencionar a tus lectores en tus agradecimientos, claro.

Realiza una pequeña sinopsis de la obra (esto ayuda a ver qué ideas destacan en la memoria del lector, qué partes le parecen más importantes. Esto es

UTILÍSIMO para hacer luego la contracubierta, la descripción de Amazon, etc.).

¿Qué es lo que más te ha gustado de todo? ¿Y lo que menos? (Si hay algo que chirríe, aparecerá aquí en varios cuestionarios de lectores diferentes. Como han dicho lo que más les gusta, no se sentirán tan mal por luego soltarte lo que les disgusta. También te ayudará a conocer mejor tus puntos fuertes y débiles como escritor/a).

¿Te has aburrido en algún momento? ¿En qué partes crees que ha decaído tu interés? (Aquí analizamos el ritmo de la narración).

¿Has detectado algún fallo o incoherencia en el contenido? (Esto ayuda a cazar fallos de continuidad, documentación, etc.).

¿Hay algún fallo muy grave a nivel gramatical u ortográfico? (Tampoco necesitas que te señalen cada errata, esto es más bien para que indiquen fallos graves o incluso para que los lectores más obsesionados con el nivel formal puedan aquí desahogar sus frustraciones y podamos pasar a lo que realmente interesa).

¿Cuál ha sido tu personaje favorito? ¿Y el que menos te ha gustado? (Las respuestas aquí pueden ser sorprendentes. Muy útil para pillar a las mary sue, que tú pensabas que eran maravillosas).

¿Regalarías este libro a alguien? ¿A quién? (Muy interesante para definir mejor a tu público objetivo).

¿Te recuerda a algún otro autor o autora a quien hayas leído? (También interesante para definir al público objetivo, segmentar en anuncios y para las cartas de presentación a editoriales).

Otros comentarios u observaciones. (Aquí podrán añadir cualquier otro asunto que se haya quedado en el tintero).

Es importante que indiques que no es obligatorio que contesten a todo. Una vez que empiecen es muy posible que rellenen todas las preguntas, pero es descabellado exigirlo. ¡Bastante es que se han leído el libro!

Este cuestionario variará según el tipo de texto. Está concebido para novela, pero si hablamos de una antología de relatos, también te interesa preguntar qué relatos han gustado menos y por qué.

Si quieres realmente explotar a tus lectores, hay muchas otras preguntas que podrías hacer (por ejemplo, qué título le pondrían a la obra: pueden surgir ideas que te ahorrarán unos cuantos quebraderos de cabeza posteriores). Pero tampoco es cuestión de abusar, repito: bastante es que se han leído el texto.

Si sabes qué quieres sacar de tus lectores cero, puedes extraer información de valor incalculable para tu obra.

Y cerramos con una pregunta:

¿Es necesario contar con un lector cero?

Ya puedes ser Stephen King cruzado con Paul Auster o el tataratataratataranieto bastardo de Cervantes: recibir la opinión de un lector que no seas tú mismo antes del proceso editorial es fundamental. Un buen editor podría realizar esa función, pero hoy en día el papel del editor ha cambiado mucho, y ya pocos tienen que ver con los grandes editores de antaño, que podían y sabían convertir un manuscrito prometedor en una gran obra de arte. Cuantas más lecturas recibas de tu obra, una idea más aproximada tendrás de a) cómo hacerla mejor y b) qué tipo de recepción tendrá luego en el mundo real.

No permitas que tu amor por tu obra te impida aceptar las sugerencias de los demás (o por lo menos escucharlas). Todos los lectores cero no tienen razón en todo momento, pero algunos tienen parte de razón en algún que otro momento.

Busca, escucha, selecciona y aplica.

Es un paso más en el complicado baile de creación de un texto, pero es un paso crucial.

Si quieres bailar solo, para ti, adelante: no necesitas a nadie más. Pero si quieres bailar para nosotros, hacer que nos extasiemos y abramos la boca en feliz asombro, vas a necesitar un poco de ayuda.

Un poco de ayuda de tus amigos, de tus editores, de tus correctores.

Y ese codazo meticuloso, ahí, justo donde duele, de tus mejores críticos y betatesters.

El secreto para escribir sinopsis y biografías irresistibles

Escribir una novela es muy difícil.

Ya. Otra revelación impactante. No dejo de sorprenderte.

No se trata solo de soltar las 60000, 90000 o 1000000 de palabras (como Alan Moore) necesarias para poder escribir: «Fin». Todos sabemos lo que implica: planificación, revisiones interminables, nudos y laberintos sin salidas visibles, personajes rebeldes, desesperación, duda, largas temporadas en reuniones de Alcohólicos Anónimos, el abandono de tu pareja y las facturas del terapeuta de tus niños.

Todo esto antes siquiera de llegar a lo difícil: vender la novela, ya sea a una editorial o directamente a tu público.

Es por esto por lo que, una vez finalizada esa cosa imposible que es nuestra obra, no damos demasiada importancia a algunos textos asociados. Al fin y al cabo, ya no nos queda energía. Y tampoco son tan importantes.

¡ERROR!

Hay dos textos que pueden marcar la diferencia para ti. Uno es la biografía. Otro es la sinopsis.

Una biografía muy personal

La biografía tiene muchos usos y variables. Una biografía puede ser una manera de decir a un editor: «Mira todo lo que he hecho y todo lo que valgo». Y, en cartas a editoriales, debería ser así. Tienes que conseguir la mezcla perfecta entre «valgo mucho» y «pero mi mayor cualidad es la modestia».

También necesitas una biografía para tus lectores. Un sitio donde puedan saber algo más sobre ti.

Yo no sabía que el «sobre mí» suele ser una de las secciones más visitadas de la web de cualquier autor. Lo leí por ahí y puedo confirmar que en mi página, sí, es una de las que más mira la gente. ¿Por qué? ¿Es que mi sección personal y

biográfica está llena de acciones sorprendentes, eventos espectaculares y misiones imposibles? No. Para nada. Pero siempre nos produce curiosidad ver cómo es la persona a la que estamos leyendo. Para confirmar que es el tipo de persona que merece nuestra atención. Para saber si tiene la experiencia necesaria como para poder tomarnos en serios sus consejos. Por saber cómo es físicamente. Sí, eso también.

No creas que lo del físico no es importante. Cualquiera que haga una búsqueda rápida puede encontrar imágenes de mi careto, pero reconozco que durante un tiempo evité poner imágenes mías en medios profesionales, porque notaba que mis clientes me tomaban menos en serio cuando se daban cuenta de que era joven (empecé a trastear en el sector editorial con veintiún años). No obstante, tener una cara que mirar también puede influir de manera positiva. No hay que ser guapo, basta con sonreír. En serio. Una foto donde echas una sonrisa sincera da otro sentimiento muy distinto a lo que estás contando. No tengas miedo.

Lo importante es que la foto, al igual que la biografía, enseñe lo que quieres mostrar. Si buscas acercar a tus lectores, la foto deberá ser sencilla y cercana. Si buscas dar una impresión profesional y eficiente, paga a alguien que sepa o convence a algún amigo con maña para producir una foto que dé un aspecto profesional y eficiente. Si buscas asustar a tus lectores, ya sabes: contrapicado y ojos de asesino.

Tu foto, al igual que tu biografía, debería decir algo sobre ti: «Soy mágico», «soy misteriosa», «soy un ave nocturna» o «necesito una toallita desmaquillante».

Hay que elegir. ¿Qué imagen quieres transmitir a tus lectores? Esto debe reflejarse tanto en la foto como en el texto. Pero te adelanto que la narración, la cercanía, el storytelling funcionan mil veces mejor que un perfil tipo LinkedIn.

Cuando lees cualquier entrevista por ahí, ¿qué lees con más atención: la pequeña lista bibliográfica donde enumeran las hazañas y publicaciones de la persona entrevistada o la parte más personal, donde te hablan de cómo conoció el entrevistador a su invitado y os da algún dato curioso sobre este? No puedo leer las mentes de mis lectores (bueno, espera, espera: tú estás pensando en gatitos; tú estás visualizando el día en que todo el mundo querrá entrevistarte; tú estás pensando en que tienes que llevar el coche al taller y tú… por favor, vete de mi libro), pero sé que a mí, por lo menos, me interesan mucho más los detalles de la vida personal de los escritores que me gustan que una lista aburrida de con qué editoriales ha publicado o dejado de publicar. Y eso que yo soy poco de cotilleos.

Pero, como cualquier lector, lo que busco es empatizar, identificarme de algún modo con mi interlocutor. Los seres humanos nos comunicamos compartiendo experiencias, nos comunicamos contando qué nos ha ocurrido y por qué vemos el mundo como lo vemos.

¿Ves de lo que hablo? Los lectores buscamos en los textos promocionales de un autor lo mismo que buscamos en su obra: que nos cuente algo, que nos dé datos que nos permitan empatizar. ¿Y qué es eso? Sí, queremos que nos cuenten una historia.

Aun así, no debemos olvidar que esa historia, por muy sincera que sea, tiene un objetivo.

La biografía y la sinopsis como medios de venta

Biografía y sinopsis pueden parecer dos textos muy distintos, con funciones distintas. No estoy segura. Yo diría que, con la biografía, te estás vendiendo a ti mismo. Con la sinopsis, estás vendiendo tu libro. Para un gran porcentaje de lectores, ambos conceptos van muy unidos. Somos consumidores subjetivos, nuestras decisiones de compra son mucho más emocionales de lo que nos gustaría pensar, y asociamos aspectos positivos y negativos a determinadas marcas, muchas veces sin razón lógica ni consciente. Hacemos lo mismo, por desgracia, con creadores y artistas. ¿A quién vas a comprar más: al que te cae mal, al que te cae bien o al que no te produce ninguna emoción?

Estás utilizando textos externos a tu novela para intentar convencer al lector de que tu obra es la obra que está buscando. Con la biografía intentas convencerlo de que a) tienes preparación sobrada para hacer una buena novela y b) eres una persona con la que se pueden identificar o, en su defecto, una persona la mar de interesante. Con la sinopsis intentas convencerlo de que tu novela tiene todos los ingredientes del tipo de libro que les gustaría comprar. Aunque sean tan diferentes, ambos textos están íntimamente asociados, del mismo modo en que, por desgracia, en este mundo de internet y redes sociales y plataformas, novela y autor están íntimamente asociados.

Tal vez convencer no sea la palabra adecuada. Lo que estás haciendo es dar a tu lector una muestra, un ejemplo de lo que escribes. Bio y sinopsis serán lo primero que verán de ti, mucho antes de adquirir tu libro. ¿Por qué, entonces, te empeñas en escribirlas de una forma muy distinta a como escribes tu novela?

Cómo escribir una biografía irresistible

Vamos a hacer un pequeño ejercicio para intentar mostrar lo que llevo diciendo todo el artículo. Mira la diferencia entre las dos biografías que he creado, para un escritor inexistente llamado Juancho Pérez:

BIOGRAFÍA 1

Juancho Pérez (1981) nació en Torremolinos, Málaga, y es licenciado en Periodismo. Tiene un Máster en Gestión Cultural. Publicó su primer cuento con doce años, en la antología infantil Niños contra el petit-suisse de plátano. Con dieciocho años comenzó a trabajar para el periódico Sur in English, donde todavía es redactor. Su primera novela fue Los escarabajos también tienen conjuntivitis (Ediciones La Galerada, 2001), seguida de cerca por su participación en antologías como Nunca es tarde para comerse a alguien (Ed. Apaga y Vámonos, 2003) y Todos mis novios están locos (Vientos de Cádiz, 2004). Su novela más reciente es Nosferatu enamorado, publicada por la editorial Trinotauro.

No está mal, ¿verdad? Nos da los datos que necesitamos. Sabemos que Juancho es redactor en un periódico, que escribe muchos relatos y que tiene dos novelas publicadas. No está mal, Juancho. Ahora mira esto:

BIOGRAFÍA 2

Me llamo Juancho y no soy de verdad. En serio, solo soy un figmento de tu imaginación. De tu imaginación más sucia, violenta y distorsionada.

En el periódico Sur in English están convencidos de que trabajo ahí. Lo cual es curioso, porque ni siquiera soy inglés. Me presenté un día de verano asfixiante y pedí que me dejaran corregir las erratas en la sección de contactos. El aire acondicionado se había estropeado y mi jefe no pensaba con claridad. Me dijo que sí y, muchos años más tarde, ahora llevo la sección yo solito.

Mi trabajo (imaginario, por supuesto) me ha dado una cantidad de anécdotas que no os creeríais. Escribir ha sido para mí la mejor manera de contar todo lo que me ocurre. Cuando me visitan peces de colores que aseguran ver el futuro, yo lo narro en un cuento. Cuando acuden tiranosaurios indignados, empeñados en llevar a juicio al meteorito que asesinó a su familia, yo escribo una novela.

Hace poco tuve una experiencia de lo más extraña con un vampiro, un nazi

zombi y una motosierra. Te lo cuento todo en mi nueva novela: Nosferatu enamorado (Trinotauro, 2015). Con los nombres cambiados para respetar la identidad de mis personajes, por supuesto. Si te gustan el terror y la acción extrema, aderezados de una pizca de romanticismo ingenuo, no dejes de leerla.

Cómo escribir la sinopsis perfecta

Hace poco hablaba con un amigo editor y comentábamos la importancia de la sinopsis. No me refiero solo a ese resumen emocionante que vas a usar en la contracubierta de tu libro, sino a ese gancho con el que vas a agarrar a un posible editor. Cuando estamos saturados de trabajo y los manuscritos se nos amontonan, todos los que somos o hemos sido editores sabemos de la importancia de una buena sinopsis. Para nosotros también es un placer cuando los autores saben escribir sinopsis eficientes y atractivas.

Muchos editores solicitan directamente, en vez de un manuscrito, una sinopsis de una novela. Según el editor, puede pedir también otros documentos (toda una propuesta de publicación o presentación de obra, que a veces llega a parecer más un estudio de mercado que la introducción a una obra de ficción), tal vez un resumen más general y una muestra de la novela en sí (el primer capítulo, las primeras páginas, etc.). Cada editor tiene mecanismos diferentes, así que lo ideal es realizar una pequeña carta de presentación (hablando brevemente de influencias, similitudes con otros escritores, género en el que se enmarca la obra, extensión y público objetivo, etc.) y preguntar qué requisitos tiene para el envío de un manuscrito. Pero ojo: dentro de esa pequeña carta de presentación es indispensable que vaya, como mínimo, la sinopsis.

Hay muchas técnicas y métodos para escribir una buena sinopsis. Yo creo que debe contener dos ingredientes esenciales: debe revelar lo suficiente como para que el lector se quede con ganas de más y debe decir algo del estilo y personalidad del autor o del narrador. En esencia: nos interesa desvelar lo justo de la trama y del tono de la obra como para que el lector sepa de inmediato si este es el tipo de libro que quiere leer. Nuestra intención no es tanto convencer, sino expresarnos de manera que actuemos como gancho para el lector que buscamos. Podemos usar mil trucos y tácticas para «engañar» a todo tipo de lectores para que lean, pero esto no es útil si luego se van a encontrar con una novela que odian porque no es para ellos. Así, si nuestra novela es de terror psicológico, es importante que no la vendamos como una obra gore; si es un poquito erótica, no podemos venderla como si fuera de porno duro.

Por lo demás, suele considerarse que estos son ingredientes extra que ayudan a crear una sinopsis eficiente:

Qué ocurre y dónde.

A quién le ocurre.

Cómo afecta todo esto al protagonista.

Temas o símbolos que se desarrollen a lo largo de la novela.

Un buen montón de copywriting (escritura persuasiva). Con esto quiero decir que vas a tener que sacar tu gorro de experto en mercadeo, colocarte encima el sombrero de autor extremo, y embellecer y dar pasión a tu novela (sin llegar, claro, a los límites antes expuestos. No debes crear expectativas que luego no puedas cumplir).

Mira, por ejemplo, la diferencia entre estos dos textos, creados para la novela Nosferatu enamorado, del supuesto escritor Juancho Pérez.

SINOPSIS 1

Marco Aurelio García va con unos amigos a jugar al Twister en un cementerio la noche de Halloween. Allí se les aparece un vampiro que asegura ser el padre de todos los vampiros y los ataca. Muerde a Benicia, la chica que le gusta a Marco Aurelio. Durante las semanas siguientes, Benicia tiene mucha hambre y no hace más que visitar el cementerio, sin saber por qué. Marco Aurelio intenta ayudarla, pero al final ella lo muerde y transforma en vampiro. El vampiro original viene a buscar a Benicia. Le dice que la ha vampirizado porque se parece a su novia muerta. Marco Aurelio intenta detenerlo, pero el vampiro lo derriba y se lleva a Benicia. Marco Aurelio vampiriza a sus amigos Susan, Nacho y Pintas, y van a buscar a Benicia, ahora con nuevos poderes de vampiro. El vampiro original los derrota y los deja medio no-muertos. Chicote, el mejor amigo de Marco Aurelio, propone acudir al enemigo más antiguo del vampiro original: el zombi Hitler. Hitler y el vampiro original se enfrentan en una larga batalla final. Gana Hitler, pero Marco Aurelio lo decapita y se lleva a Benicia.

SINOPSIS 2

Una obra de terror y extravagancia hecha para los lectores más extremos.

Nunca ocurre nada interesante en la tranquila localidad de Nueva Derry, en el condado de Mein. Pero hoy Marco Aurelio y sus amigos se reúnen para una juerga muy especial. Hay alcohol, hay Twister y está Benicia, la chica de la que Marco Aurelio lleva enamorado desde que iban juntos a preescolar. Sin embargo, la noche les reserva sorpresas terribles.

Nosferatu, padre de todos los vampiros, está solo. Desde hace siglos solo puede pensar en su amada, la bellísima Lilít, que murió de sífilis poco antes de que él se transformara en muerto viviente. Recorre las calles y los cementerios de noche, en busca de nuevas víctimas y de un lejano recuerdo, de la posibilidad de dar con algo que alivie su dolor. Y entonces la ve, a ella. Benicia, una mujer creada a imagen y semejanza de su amada.

¿Podrán Marco Aurelio y sus amigos detener al padre de todos los vampiros antes de que se lleve a Benicia, ahora para siempre? Marco Aurelio tiene claro que lo dará todo por ella, aunque eso implique conocer los secretos más tenebrosos de la no-muerte. Y si tiene que acudir al mismísimo asesino de asesinos, al mismísimo Hitler, para luchar contra Nosferatu, así será.

En esta novela extraordinaria, no apta para corazones sensibles, Juancho Pérez consigue introducir al lector por completo en una historia asombrosa de chupasangres, zombis, amor trágico, motosierras y dinosaurios voladores, revelándonos que el amor, con todas sus consecuencias, puede trascender a la propia muerte.

Y ahora la pregunta:

¿Cuál de estas dos sinopsis te da más ganas de comprar la novela?

Si la respuesta es «ninguna», probablemente habrás acertado. Sí, sí, Nosferatu enamorado no es para todos los gustos. Y lo de los vampiros contra zombis nazis no es nada original, Juancho. ¿Y por qué Benicia tiene que ser una víctima pasiva, Juancho, por qué no puede ser ella la protagonista y rescatar a Marco Aurelio?

Con todo, sin ser experta creadora de sinopsis, diría que la segunda es un poco más atractiva. Nos ofrece los datos fundamentales (quién, cuándo, dónde), nos acerca a los protagonistas, y nos hace alguna pregunta para que queramos leer cómo se soluciona. El final enumera los elementos más destacados y atractivos del libro, o por lo menos los elementos que resultarán más atractivos para el lector

objetivo.

La primera sinopsis, en teoría, cumple con su cometido. Nos dice de qué va el libro. Sin embargo, la segunda nos da mucho más. No solo nos despierta las ganas de saber cómo desarrolla el autor disparate tras disparate, sino que nos dice exactamente qué tipo de libro es, con lo que tenemos más claro si nos gustará o no.

¿Puedes darnos más datos sobre cómo escribir una sinopsis?

Pues claro. Sobre todo cuando me lo pides con esos ojitos (¿ves como poner una foto hace mucho por ti?).

Ya he dicho que hay muuuchos artículos sobre cómo escribir una sinopsis. Primero voy a hacer una pequeña enumeración de los tipos de sinopsis más comunes, que determinarán cómo redactar la tuya:

Sinopsis para el lector/texto de contracubierta: Son las típicas sinopsis que encuentras en la web del autor, de la editorial, en la contraportada del libro. Son las sinopsis como las que hemos visto de Juancho Pérez para Nosferatu enamorado.

Sinopsis corta para el editor: Al enviar una sinopsis en tu carta de presentación para un editor, solo tienes que seguir las mismas técnicas y procesos que en la sinopsis anterior.

Sinopsis larga (o resumen) para el editor: Algunos editores agradecen en su «lote de presentación» también un resumen largo, una sinopsis más extensa. Aquí realizaremos algo más sobrio, un resumen de un par de páginas de la trama, incluyendo algunos datos como qué personajes llevan la narración y/o perspectivas, orden de las secuencias, resolución de todas las tramas (spoilers incluidos), etc. Muchos autores envían los dos tipos de sinopsis (corta y larga), además de toda la documentación de siempre (muestra de un capítulo de la novela, análisis de mercado y público objetivo, análisis del género, informe externo de lectura, historial médico de su perro… lo normal, vamos). En caso de duda, pregunta al editor cuál es el procedimiento de envío, antes de ahogarlo con documentos que no tiene tiempo de analizar.

La sinopsis larga dependerá más de tu habilidad para resumir y sintetizar una trama. Es en la corta donde realmente enganchamos, donde tendremos que verter todo nuestro ingenio. Aquí reúno los que creo que son los mejores consejos para escribir esa sinopsis corta, ya sea para lectores o editoriales:

Controla la extensión. Como hemos dicho, no hay una extensión única y predeterminada. Dependerá de lo que solicite la editorial, del espacio disponible luego en tu contracubierta… de mil factores. Por lo general, yo no pasaría de las cuatrocientas palabras, como mucho.

Empieza con un gancho. Algo que llame la atención del lector y lo impulse a seguir leyendo. Piensa en tu libro favorito: ¿qué fue lo que te impulsó a leerlo? ¿Qué hizo que quisieras comprarlo?

Presenta a tu protagonista, presenta su problema. Sé breve, pero no tengas miedo a incluir lo que lo motiva, sus emociones. Sé directo.

Evita lo innecesario. ¿Necesita el lector por narices saber que a Marco Aurelio le encanta el zumo de arándanos? No. ¿Necesita saber que está enamorado de Benicia, que ese es el motor que lo lleva a actuar como actúa? Sí.

Tampoco es necesario hablar demasiado de personajes secundarios ni de sus tramas. Fijaos que en la primera sinopsis se nombra a los amigos de Marco Aurelio y Benicia y se dice cómo son vampirizados. En la segunda basta con un «Marco Aurelio y sus amigos». Refiérete en la sinopsis a los secundarios solo en relación a los protagonistas y solo si es crucial. Tampoco introduzcas aquí arcos argumentales o subtramas que no sean primarios.

Habla de los giros de trama más importantes y de sus resoluciones. No hagas spoilers inmensos, pero sí puedes revelar algunos secundarios. Más que echar atrás al lector y estropear la intriga, le estás dando motivos para seguir leyendo. Si estás entregando dos sinopsis a un editor (uno corto y otro resumen largo), deja el primero con preguntas en el aire y resuélvelo todo, bien clarito, en la sinopsis larga.

La sinopsis debe escribirse en el mismo tono y estilo de la novela. Tiene que reflejar el estilo del autor, porque así es como identificarás a tus lectores ideales. Con la sinopsis 1 lo único que pensamos de Nosferatu enamorado es que es un libro sin mucho sentido y un tanto aburrido. Al leer esa sinopsis 2, lo que parecía absurdo se hace emocionante y nos da una idea del estilo excesivo y dramático de Juancho.

Busca por internet sinopsis de libros en tu sector que vendan mucho. Mira qué tienen en común y aplícalo a tu texto.

Muy importante: cuidado con las faltas de ortografía y de gramática. La

sinopsis te está presentando, está diciendo cómo escribes. Si tu sinopsis tiene faltas, ¿cómo será tu novela?

Una nota acerca de las contracubiertas: Por suerte, suele ser la editorial la que se ocupa del texto de contraportada, por lo que esta no tiene por qué ser la misma sinopsis que presentas a la editorial antes de la publicación. Esta puede ser una gran ventaja, ya que podrán ver los puntos más atractivos de la obra de una manera más objetiva que tú.

Conclusión o qué hemos aprendido hoy

Solo hay un secreto detrás de una buena biografía. Solo hay un secreto tras una buena sinopsis. Y en ambos casos es el mismo.

El secreto es que también forman parte de la escritura del autor. No son entidades independientes. Son textos narrativos, que deben escribirse con la misma habilidad y cuidado que cualquier otro texto de tu cosecha.

El secreto es que tu voz tiene que estar también en tu biografía. También en tu sinopsis. Son lo primero que van a encontrarse tus lectores potenciales.

Cuéntanos una historia. Por eso eres escritor. Háblanos de ti, pero de una manera que nos entretenga, que nos haga identificarnos contigo. Puedes hacerlo mediante la tragedia, la comedia, la imaginación más desbordante. Prueba, mira qué da mejores resultados, con qué te sientes más tú, más a gusto. Puedes hacerlo como quieras. Quítate la máscara o ponte una muy especial, diseñada para la ocasión y para la novela.

Pero cuéntanos una historia.

Por qué tu catálogo importa más que tu lanzamiento

Cómo crear algo que dure para siempre.

Así iba a llamarse este artículo. Pero podría ser engañoso, podrías sentir que te estoy estafando y es temprano para que se monte una caza de brujas por aquí.

En Twitter ya ha habido 31, en Facebook 16 y en Instagram todo el mundo está poniendo fotos de comida y yoga, como si comerse treinta cupcakes seguidos y hacerse un asana de gato invertido con garza colgante y espalda triple fuese compatible.

Cómo crear algo que dure para siempre. Podrías pensar que ese título que nunca fue hace referencia a qué factores convierten a un libro en parte del canon literario. Para eso, necesitaría que ahora mismo cada uno de mis lectores saliera ahí fuera y se hiciera un máster en teoría literaria. Yo iría desempolvando mis libros y apuntes de la carrera y haría varios cursos de reciclaje. Con eso tendríamos para ir empezando.

Para nuestra suerte y fortuna y bolsillo cambié el título, porque no me refiero exactamente a eso. No quiero hablar de qué fundamentos trascendentales hacen que una obra se convierta en un clásico, porque podríamos estar hablando de ello hasta 2026. Y tengo cosas importantes que hacer en el 2025.

Lo que quería plantear es qué hace que un libro siga vendiendo más allá de su lanzamiento. Qué convierte a una obra en un longseller, como dicen los editores: un vendedor a largo plazo.

Cómo funciona un catálogo

Hay dos maneras de hacer dinero con tus obras: una es mediante un lanzamiento tremendo, un éxito alucinante que cree un efecto bola de nieve que se traduzca en ventas increíbles. Por desgracia, que ocurra así no es lo habitual y además no tiene mucha proyección de futuro. Puedes tener un éxito tremendo hoy y luego caer en el olvido más absoluto.

La otra es la más común: tu catálogo. No es casualidad que esta época de autopublicación esté llena de autores que escriben y publican a velocidad

endemoniada: la acumulación de títulos, bien llevada, es lo que mejor funciona para el escritor emprendedor.

Eso no significa que tengas que producir libros como churros, a destajo. Los churros están bien un ratito. Luego empalagan y cansan y no hay postura de yoga que te lo remedie.

Leí hace poco un artículo de Ryan Holiday (un superventas estadounidense de no ficción bastante reconocido) donde apuntaba las que para él son las claves de la creación de obras que puedan formar un catálogo lucrativo. E insisto en lucrativo, porque también conozco casos de autores independientes con veinte libros ahí fuera que apenas sacan para unas pipas navideñas.

Cantidad no es igual a rendimiento. Cantidad y calidad ya es una combinación más interesante. Eso tampoco te garantiza nada, porque luego tienes que asegurarte de que la gente sepa que existes. El funcionamiento de tu catálogo depende de un trabajo constante de promoción.

Pero no estamos aquí para llorar y quejarnos otra vez de lo durísimo que es escribir. ¡Estamos aquí para hablar de la magia de la acumulación!

Holiday resumía todo este tema en estos siete puntos o estrategias. El contenido del artículo completo no tiene desperdicio, pero te los explico aquí, con mis propios comentarios, orientados hacia lo que muchos de nosotros hacemos: ficción. Como siempre, tienes el enlace al artículo original también en la bibliografía que aparece al final de este libro.

1. Crea trabajo atemporal

Si te guías por lo que está de moda, puedes tener un éxito relativo… que durará poco. No digo que no tenga sentido crear novelas de damiselas victorianas montadas en un tren vampírico que se van de vacaciones y de repente les pasa algo raro, si eso es lo que te ha encargado la editorial, pero a la larga no es una inversión ideal de tu tiempo. Holiday, por ejemplo, tiene varios libros inspirados en la filosofía estoica, que es vieja de narices.

Algunas cosas son universales. Algunos conflictos nos interesarán siempre. Algunos temas son tan humanos que llevan llamando la atención desde que desarrollamos el lenguaje escrito (y antes probablemente también, pero los habitantes de las cavernas eran muy desconsiderados y solo se hacían pinturicas de animales y perfiles de sus manos, así que a saber en qué estaban pensando).

2. Los lanzamientos son importantes, pero tu trabajo no termina ahí

El lanzamiento de un libro es una inversión de trabajo, tiempo y energía tan grande que es inevitable sentir la bonita, requetebonita, tentación de quedarse ahí, en el lanzamiento. Sacas un libro y te empeñas en seguir y seguir y seguir promocionándolo, en seguir obsesionándote con él, cuando lo que tendrías que estar haciendo es ponerte YA con el siguiente libro.

Eso de tener problemas para seguir trabajando mientras todavía estás con la emoción de la última presentación, subida a Amazon o gira por Las Vegas es muy natural. Y no hablemos de todo el cansancio acumulado, ni de la bajona que llega luego. No sé tú, pero yo cada vez que lanzo un libro termino con ganas de meterme en mi madriguera y no salir hasta que algún castor, guepardo o marsopa anuncie la llegada de la primavera. Tanto trabajo físico y emocional puede dejarte con una resaca de tres pares de narices.

El propio Holiday es superventas por acumulación: estima que solo un 5% de sus ventas se realizan en lanzamiento. Las demás vienen después, poco a poco, y cada vez que saca un libro nuevo se incrementa el interés del público nuevo por sus libros anteriores. Mi experiencia ha sido similar. Nunca me gusta hablar de cómo ha ido el lanzamiento de un libro, porque a nivel de cifras hay muy poca fiabilidad. Las cifras importantes son las que se ven al cabo de los años.

Aclaro que hablo sobre todo de autopublicación y de editoriales con estrategias de mercadeo avanzadas. Con gran parte de la edición tradicional, el lanzamiento cobra mayor importancia, porque las editoriales suelen depender de la visibilidad en librerías y disponen de muy poco tiempo antes de que los puntos de venta empiecen a devolver libros. Un libro va a hacer sus ventas más importantes en el primer año, luego caerá en el oscuro agujero del olvido. Y por el hecho de que los contratos tengan un tiempo taaaan largo (algunos hasta de quince años), es más difícil mover y promocionar catálogo, ya que el autor no tiene acceso a datos de venta, a resultados de esfuerzos promocionales ni manera de vender dichos ejemplares si estos ya no están distribuidos ni disponibles.

Esta es otra razón para plantearse con qué editoriales trabajar y en qué condiciones.

3. Consigue la prensa que necesitas

Cada vez más autores huimos de promoción tradicional: prensa, radio y

televisión. Ya no tienen el poder de convocatoria y conversión de antes. Lo que debes tener claro es que la promoción en medios que te interesa es la promoción en medios de tu nicho. ¿De qué me sirve a mí salir en Sálvame? Mi libro estaría delante de cientos de miles de personas, sí, pero no son personas que vayan a comprar mi libro (y probablemente tampoco sea el tipo de obra que vayan a disfrutar).

Holiday da un consejo que me parece sensato: empieza con medios pequeños, locales o específicos para tu público. Regálales libros. Una vez tengas tu obra en sus manos y estén hablando de ella, puedes apuntar un poco más alto. Siguiendo esta escalera, puedes acabar arriba del todo.

Creo que este consejo no solo sirve para medios tradicionales. Creo que sirve para todo. Si eres un autor desconocido, hay pocas posibilidades de que te quieran entrevistar en un blog líder a nivel nacional, o que un booktuber con decenas de miles de seguidores quiera hablar de tu libro. Esto no es porque la vida sea injusta (que también), sino porque tienen tal cantidad de peticiones que, como es lógico, al final se quedarán con lo que más les apetezca e interese.

Así que empieza abajo. Busca siempre a aquellos que estén un poquito por encima de ti y ve creciendo. Apuntar alto no es malo por sí mismo, pero puede ser una gran pérdida de tiempo y energía: apunta un poco alto y avanza cada vez más kilómetros hacia las estrellas.

Madre mía, qué cursi me ha quedado eso.

4. Encuentra a tus campeones

Se habla mucho de «utilizar» a personas con influencia en tu sector (los famosos influencers) para promocionar tu producto. La desventaja de «utilizar» a alguien es que parece justo eso: que lo estás utilizando.

Tengo que confesar algo: desde hace unos años me he vuelto algo desconfiada. Y es porque estoy harta de que otras personas solo quieran usar mi plataforma para promocionar SU libro, SU producto o SU evento. He perdido la cuenta de las veces que se me pedía mi tiempo y trabajo, sin ofrecer nada a cambio, solo para el lucro de otros. He leído incontables artículos y materiales sobre métodos de persuasión para conectar con los dichosos influencers y puedo asegurar que alguien intenta usarlos conmigo por lo menos una vez a la semana. Si ese es mi caso, imagina cómo será para aquellos cuya plataforma triplica o

centuplica a mi humilde casa.

Aquí es donde debería entrar el networking avanzado, el de verdad, el que funciona a largo plazo. Si hablas con otros escritores y editores, si compartís experiencias (convenciones, ferias, cursos, eventos), hay más posibilidades de que encuentres personas con quien puede haber colaboraciones satisfactorias para ambas partes. Si nos conocemos bien y nos llevamos bien y me gusta lo que cuentas y cómo lo cuentas en otros medios, es posible que quiera ayudarte.

Así que lo de «encuentra a tus campeones» se reduce a: haz cosas que sean brillantes y conoce a mucha gente. Ten suerte y habilidades sociales. Sé una persona honesta y amable, con cosas interesantes que contar.

Casi nada, lo sé. Por esto creo que es mejor olvidarse un poco de los influencers y mirar más a lo que tenemos alrededor.

«Es que yo no quiero hacer networking de ese —me dicen muchos escritores—. ¡No quiero hacer promoción de ningún tipo! ¡No quiero ir a ningún sitio a hablar de mi obra! ¡Un libro debería venderse por sí mismo!». Pues vale, pues muy bien. Yo solo te digo lo que he visto que le funciona al 99% de los que publican y venden más de diez ejemplares de sus libros al año.

Tal vez tú seas el 1%, no puedo saberlo.

5. Utiliza los descuentos para encontrar público nuevo

Para vender necesitas crecer y para crecer necesitas encontrar público nuevo de manera constante. Es por esto por lo que maniobras promocionales como las de KDP Select en Amazon pueden ser útiles: al poner tu libro gratis o muy rebajado, tienes la oportunidad de llegar a personas que no te conocen y de que se interesen por tu obra. Necesitas que se conviertan en lectores fieles, para seguir vendiendo tu catálogo, ¡pero antes el libro ha de llegar a sus manos![9]

Select es solo una manera entre miles de poner tu obra ante ojos nuevos (aunque, por desgracia, sigue siendo la de mayor impacto). Hay muchas opciones explicadas en la obra de Valentina Truneanu Plataformas de publicación. Yo añadiría dos medios que Valentina no incluye: Lektu (plataforma de publicación y venta) y Ebrolis (plataforma de venta y lista de correo promocional). También puedes recurrir a publicidad pagada para promocionar tus descuentos y ofertas (por ahora, la opción más clara que veo en este sentido es Facebook Ads, por lo menos hasta que Amazon Ads esté plenamente implementado en España, y

veremos por dónde va la publicidad mediante bots de Messenger). Analiza también otras posibilidades en tu nicho (promoción en blogs y listas de correo ajenas, por ejemplo, si tienen un público al que tú quieres llegar).

Y no olvides tu propia lista de correo. Es tu herramienta más valiosa.

6. Sigue haciendo cosas

Hay un dicho bastante común en el mundo de la publicación independiente: el mejor marketing es sacar más libros. Y es cierto.

Esto no significa, como ya he aclarado, que escribas una porquería tras otra. La calidad lleva su tiempo. He de reconocer que muero un poco por dentro cuando alguien dice que ha escrito y publicado un libro en un mes. Tal vez funcione si es un tema en el que eres experto, si hablamos de no ficción y tienes ya toda la planificación hecha… tal vez. O si es una novela corta o si formas parte de un equipo de autores y profesionales editoriales que producen en cadena (esto existe, por cierto). Aun así, solo en revisión, corrección y diseño necesitas tus tiempos. Y creo con firmeza que toda obra debe tener por lo menos unas semanas de barbecho, de madurar en tu cabeza, una vez terminado el borrador. Sé que hay autores competentes que sacan libros a velocidades sobrehumanas, pero tienen ya un sistema montado con colaboradores, lectores cero, coescritores, editores y etc., que les permite funcionar de esa manera.

Dicho esto: escribe, escribe, escribe. Que un éxito o un fracaso no te detengan. Por pura estadística, ¡probablemente ni consigas nada hasta el tercer o cuarto libro!

Holiday da varios ejemplos de cómo funciona esto con publicaciones, pero también me gustan los datos que da del mundo de la música:

La idea de que conforme se produce más trabajo del bueno hay un crecimiento compuesto no es anecdótica. Un estudio realizado por los economistas Alan Sorensen y Ken Hendricks exploró este fenómeno en la música. Resulta que con cada álbum nuevo, las ventas del álbum anterior de un grupo aumentan. Como escribieron los investigadores: «Varios patrones en los datos nos sugieren que la fuente de este derrame es la información: un nuevo lanzamiento hace que consumidores que no tenían información sobre el artista lo descubren y compren discos anteriores». De hecho, las ventas de álbumes no debutantes se incrementan en una media del 25% debido a este descubrimiento y exposición adicional.

Así que cada lanzamiento significa más ventas de tus libros anteriores. No tienen que ser unas ventas espectaculares, pero cuantos más lanzamientos y mejor hechos, más ventas de este tipo tendrás.

Los autores autopublicados (o los autores que tenemos libros publicados con editoriales diferentes) también debemos recordar a nuestros lectores que tenemos un pasado. No solo somos nuestras novedades. Me resulta extraño cuando alguien me dice que ha «descubierto» alguna obra mía que no es novedad, como si la pobre hubiera caído en el olvido.

7. No olvides a tu plataforma

No todo se trata de darse a conocer. El cuidado de los lectores ya existentes es importante. Y más que ponerte delante de todo el mundo, te interesa adquirir lectores fieles. Piensa en ellos como amigos a largo plazo, no flores de un día a las que engatusar y embaucar para que hagan una compra y se larguen.

Para ello, como ya hemos dicho, te interesa buscar a tu gente, a tu campo, nicho, etc. Holiday lo explica muy bien:

Fíjate en un grupo como Iron Maiden, no han salido por la radio en décadas, pero construyeron una plataforma de fans leales. Como dice Bruce Dickinson, su cantante, «tenemos nuestro campo y vamos a ararlo y ya está. Lo que pase en el campo de al lado no nos interesa; solo podemos arar un campo a la vez. Somos un grupo de nicho y nos enorgullecemos de ello. Eso sí, nuestro nicho es bastante grande».

Tal vez tu nicho sea, en apariencia, muy pequeñito. Yo escribo fantasía oscura, qué me vas a contar. Pero no estoy buscando al lector de fantasía oscura (que también). Estoy buscando a gente con sentido de la maravilla, con una mínima capacidad para la ironía, y me gustaría darles algo, además, donde el estilo esté a la altura de sus gustos y necesidades. Hay amantes de histórica que entran en ese nicho, y de thrillers o de romántica. Más que un género, supongo que busco a un tipo de persona. Y si te gusta mi blog, por ejemplo, es muy posible que seas ese tipo de persona, porque me lees a mí, escuchas mi voz y eso es lo que te vas a encontrar (con otros temas y tonos, obviamente) si lees mis libros.

Esto es fácil: si no huiste a la primera mención de mantícoras, dragones espaciales o dinoporno, tú eres mi nicho. Tú eres mi plataforma y mi campo.

Busca tu plataforma, tu campo, a tus mil fans absolutos, tu tribu o como

quieras llamarlo.

Tal vez ese sea el consejo más difícil de seguir del mundo, sobre todo cuando escribes ficción. A veces parece imposible. Pero lo hermoso del catálogo (y de tener datos, puros y duros, por delante) es que poco a poco lo vas teniendo más claro.

Y lo hermoso del catálogo, en cualquier circunstancia, es que tu trabajo resucita cada vez que lo lee alguien nuevo.

Eso, me parece a mí, sí es crear algo que dure para siempre.

Seudónimos: ¿sí o no?

Con frecuencia me consultan por email si, como escritores, es recomendable que usemos seudónimo.

No me gusta mucho responder a esa pregunta, porque mi respuesta es muy subjetiva. Porque a mí, como lectora, no me gustan los seudónimos.

Antes todo esto de la identidad de un escritor era muy distinto, porque si eras mujer y escribías ciencia ficción, te iba a tocar hacerte pasar por hombre sí o sí; o tal vez recurrías a un nombre falso porque temías que el político de turno guillotinara a tu familia. Y no me cabe duda de que muchas de esas circunstancias siguen aplicándose en cierto modo y dependiendo de donde vivas. Excepto lo de la guillotina, sospecho, que de esas se ven ya pocas.

Pero en la era de las redes y del choque de contenidos (ese famoso content shock que nos deja tontos), es más necesaria la marca personal que nunca. Si quieres destacar (y vender), es importante que tus lectores te conozcan a ti, a la persona que escribe, y para eso está el cuidado de la imagen.

Con esto no me refiero al maquillaje, físico o metafórico, sino a mantener cierta coherencia personal y un aspecto/diseño que corresponda con lo que haces y vendes. La honestidad es el nuevo grito de guerra del mercadeo ético (aquel que procura evitar engañar y fastidiar a su público) y lo cierto es que la honestidad gusta (siempre que sea una honestidad respetuosa, nada de esa temida pregunta de «¿puedo serte sincero?» que todos hemos aprendido a aborrecer). Es refrescante.

Se ha creado una relación de confianza más intensa entre autor y lector, nos guste o no. Y nada hay tan honesto como ir de cara, con tu nombre.

Esa es mi respuesta subjetiva. Ahora viene la que es un poquito más técnica.

Cuándo está justificado usar seudónimo

Sí, hay algunos momentos en los que usar un seudónimo está más que justificado. Aquí pongo algunos ejemplos:

Cuando ya te conocen por tu trabajo en determinado género, pero te apetece escribir otras cosas sin confundir a tu público de siempre. Tenemos ahí el caso de J.K.Rowling/R.Galbraith. No obstante, es posible escribir para diferentes géneros usando el mismo nombre y no morir en el intento. Yo puedo escribir fantasía cómica para chicos de 10-12 años y casquería eroticofestiva para amantes del weird sin que venga nadie a casa a pegarme.

(Por favor, no vengas a mi casa a pegarme).

Dicho esto, es recomendable modificar tu nombre, aunque sea de manera mínima, si publicas en más de un género en Amazon. Hay razones para ello que explico en el tutorial de Amazon de mi blog, pero se resumen en que los algoritmos de esta plataforma recomiendan tus otros libros a compradores potenciales y no te interesa que tus libros de un género se mezclen con otros.

Cuando tu nombre es igual que el de otra persona conocida. Es importante que el SEO te ame, que seas tú quien aparezca en primera página cuando alguien te busque, no esa señora australiana que estranguló a sus cinco hijos con los intestinos de un canguro.

Cuando tu nombre es muy común. Si te llamas José García, te va a resultar complicado posicionarte en Google o crear una marca personal que se distinga y recuerde con facilidad. A veces esto es tan sencillo como añadir una inicial o cambiar tu primer apellido por el segundo (o adoptar, como en el caso de un escritor amigo, el apellido de tu abuela). La cosa es encontrar algo asociado a tu nombre que sea creíble, coherente y con significado para ti.

Cuando escribes en un género que exige ciertas convenciones. O si escribes en un género que te puede meter en problemas. Generalmente la erótica exige de seudónimos; no solo por casi-convención, sino por cubrirte las espaldas y que tu jefe no se entere de que conoces tantas posturas del Kamasutra. Y tampoco hay que ser tan extremos: conozco el caso de profesores que prefieren usar seudónimo para no tener que aguantar cachondeíto de alumnos con mala baba.

Una pequeña variación a tu nombre puede bastar. Esto lo hacía Iain Banks, por ejemplo, que usaba Iain M. Banks para escribir ciencia ficción; lo hace S.J. Scott/Steve Scott para diferenciar sus libros para escritores de los de productividad. Si te llamas Lola Flores, siempre puedes recurrir al Dolores A. Flores (si tu segundo nombre es Antonia), Lola Flowers, Dolida Flor o cualquier otra variación que seguro que a ti se te ocurre mucho mejor que a mí. Yo misma suelo eliminar mi

segundo apellido, por comodidad y porque es feo de narices.

Y termino con la observación que me parece más importante: si eliges un seudónimo por el simple gusto de hacerlo, piénsatelo. Tus intereses y aficiones de hoy no son los de mañana. Internet recuerda. Si te estás intentando dar a conocer, hacerte llamar Navaja Sanguinolenta puede ser un verdadero desperdicio de tiempo si pasado mañana decides que te vas a llamar Alonso Chicón. Repito también lo de la marca personal. Hay un sesgo importante al elegir los libros y reconozco que, personalmente, me echan atrás los escritores hispanohablantes que usan nombres extranjeros pensando que así venderán más, por poner un ejemplo que en apariencia es absurdo. Sé, racionalmente, que no me están mintiendo, pero a nivel subconsciente siento que es así.

Al final creo que se reduce a eso: honestidad y coherencia. Esa nueva confianza que depositamos en los autores nos hace esperar sinceridad. Mi relación será menos confiada, menos real, con alguien que para empezar me está «mintiendo» en portada. «¡Pero no es así! —me gritarán muchos, enfurecidos—. ¡No te miente, solo usa un seudónimo!». Lo sé, lo sé. Pero es un juicio que realizamos muchos lectores sin darnos cuenta.

Del mismo modo (y entiendo que esto es fácil de decir para alguien que ya nació con un apellido anglosajón), creo que deberíamos intentar evitar ponernos nombres anglófonos. Creo que si nos quejamos de la tendencia a favorecer a escritores angloparlantes sobre nuestra producción autóctona, deberíamos ser consecuentes con ello. Hay géneros que parecen favorecer el uso de seudónimos extranjeros, pero creo que esta es una costumbre que deberíamos intentar romper. Tenemos escritores muy buenos en nuestro país, ¿por qué seguimos empeñados en dejarlos de lado?

También es una cuestión de profesionalidad. Me fío más de la experiencia y habilidad de alguien que se hace llamar Marisa Fuentes que alguien que firma como Corazón Atribulado.

Ríete si quieres, pero todos tenemos un pasado. Y por poco que me guste mi nombre (¿a quién le gusta su nombre?), creo que Gabriella Literaria funciona mucho mejor que Lilith Masabakes de la Alta Gomorra Literaria.

Eh. Puedo escuchar tus carcajadas desde aquí.

Marketing

¿Cómo comparto mi libro con el mundo?

¿Hasta dónde llegarías para promocionar tu libro?

El 1 de enero de 1842, P.T. Barnum abrió el American Museum de Nueva York.

Este no era un museo cualquiera. Era un lugar donde se exponía lo extraño, lo monstruoso, la maravilla. Era un gran museo de curiosidades, donde uno podía ver hermanos siameses, ballenas y tigres, hombres de estatura diminuta y mucho, mucho más.

Barnum ya había despertado cierta polémica cuando compró el Scudder's American Museum para montar su negocio (no sabéis la que lio para arrancárselo a la competencia), pero necesitaba darse a conocer de una manera más contundente. Necesitaba atraer público con dinero contante y sonante a su edificio.

El gran espectáculo de Barnum

Así que preparó un espectáculo: una actuación musical. Anunció que ofrecería música gratuita al aire libre para cualquiera que quisiera acercarse. Como eran otros tiempos y no había Spotify y, sí, esto era antes incluso de Napster, eMule y demás, la buena gente de Nueva York acudió en masa.

La orquesta, para sorpresa y desconcierto de todos, fue un desastre absoluto. Los músicos tocaban fatal. Pero mal, mal, mal. Aquello era peor que un concierto de preescolares con zambombas y guitarras eléctricas. Entre la música aberrante y el agobio de los abucheos enfurecidos de una cantidad ingente de visitantes indignados, los neoyorquinos de bien se refugiaron bajo el techo más cercano, que casualmente era el museo de Barnum. Para poder escapar del ruido y del alboroto, pagaron sin dudar el precio de la entrada, aliviados por poder huir de aquel sinsentido. Ya dentro, muchos quedaron cautivados por los contenidos del museo, que también ofrecía actividades «respetables», como las obras de Shakespeare que se representaban en un teatro elegante y acogedor.

No hace falta decir que, para bien y para mal, noticias sobre el museo corrieron como pólvora por la ciudad, de boca en boca, porque por aquel entonces tampoco había todavía Whatsapp ni Snapchat, ni stories de Instagram con las que deleitar a tu audiencia.

Y aquí llega mi pregunta: ¿harías lo mismo que hizo Barnum para promocionar tu producto?

Un pícaro simpático

Esta no fue la única jugada de Barnum. Pagaba a un mendigo para que fuera colocando ladrillos por la calle, en un camino enrevesado. Los curiosos seguían en masa al mendigo, preguntándose el porqué y el hacia dónde de su actividad (y, por supuesto, acababan en el museo).

Viendo que los asistentes pasaban demasiado tiempo en el museo, Barnum colocaba carteles que decían «This Way to the Egress». Egress quiere decir salida, pero muy poca gente lo sabía y seguían los carteles entusiasmados, buscando una nueva atracción, solo para encontrarse con la puerta que daba a la calle.

Métodos extravagantes, sin duda. Hoy hablaríamos de marketing de guerrilla.

¿Es ético este tipo de mercadotecnia? ¿Y es efectivo?

Barnum es un caso curioso, porque en vez de levantar quejas e indignación, conseguía con estas acciones emocionar a su público, pendiente siempre de su nueva jugada.

Otro de sus trucos: anunciar que tenía sirenas y luego sacar un mono pegado a un pez. En un mundo donde tampoco había Netflix ni HBO, esto era el equivalente a tres temporadas de Black Mirror seguidas.

Nadie podía enfadarse con Barnum. Ser un tunante era su marca personal. Intrigaba al público, siempre pendiente de su siguiente montaje, y con ello atraía además a su cliente objetivo: el ser curioso, deseoso de novedad y espectáculo.

La línea que no queremos cruzar

Pese al carácter «entrañable» de Barnum, creo que estamos de acuerdo en que un marketing que engaña a su objetivo no es recomendable, por muchas razones. Por desgracia, es difícil saber dónde está el límite del engaño. ¿Son éticas las neuroventas, aquellas que aprovechan lo que conocemos sobre el pensamiento humano y sus sesgos? ¿Es ética la escritura persuasiva, que procura utilizar todos los recursos emocionales que conocemos para impulsar a la compra?

¿Es aceptable, por ejemplo, poner títulos en Amazon que ortográficamente están mal (todas las iniciales en mayúscula), porque eso gusta al SEO? La línea es cada vez más sutil, ¿verdad?

Precisamente por esa sutileza, nos resulta muy complicado saber cuándo la estamos cruzando. Es difícil saber cuándo y cómo llegar al público al que realmente le interesa nuestra obra y al que no. Puedes identificar públicos, segmentar, crear plataformas especializadas, etc., pero aun así puedes caer en la pesadilla de siempre: convertirte en uno de esos spammers que tanto odias como lector/consumidor.

El otro lado de la moneda

Pero también surge el problema contrario, cuando por miedo a molestar, a aburrir, a cansar, no presionamos lo suficiente. El ciclo de la Luna Roja ha vendido más de 15000 libros en su vida editorial. No es una cantidad bruta a lo Canción de hielo y fuego, pero para el mercado juvenil español es una cifra buena. Es, además, un bicho raro: un longseller, una de esas obras que sigue vendiendo, siempre, aunque sea gota a gota. Aun así, cuando propuse lo siguiente para la descripción de Amazon, su autor se mostró muy incómodo. Me pidió que lo modificara:

VUELVE LA TRILOGÍA QUE HIZO SOÑAR A MILES DE JÓVENES:

MÁS DE 15000 EJEMPLARES VENDIDOS

Tal vez porque estamos tan acostumbrados a que nos mientan y engañen, afirmaciones de ese tipo nos parecen mentirosas, exageradas. Un compañero escritor preguntaba hace poco en El escritor emprendedor si era buena idea poner en la portada de su libro que había vendido más de mil ejemplares en Amazon. Era evidente que a él también le preocupaba la reacción del lector: le

preocupaba parecer arrogante.

Y sin embargo estos datos son reales. Se han vendido esas cantidades. Miles de jóvenes han leído El ciclo de la Luna Roja y lo han disfrutado lo suficiente como para leerse la trilogía completa. La palabra soñar, además, es un guiño a todos los soñadores y sueños que están muy presentes en el libro.

La única solución posible

Modifiqué un poco el titular, pero todo este asunto me hizo pensar mucho sobre esa dichosa línea. Creo que al final solo podemos hacer una cosa.

Tenemos que salir de nuestra zona de confort un poquito, ¡solo un pelín, una miaja! Cambiar un poquito el titular. Atrevernos a decir la verdad sobre lo que hemos conseguido, intentando no ser arrogantes. Pero no mintamos: ni en nuestro beneficio ni en nuestra contra.

Si quieres ser el autor indie superventas que prefiere el SEO a la ortografía, que llena su cuenta de Twitter de constantes «compra mi libro», adelante. Si ese es tu público y te funciona, eso está bien, siempre que a mí me dejes en paz. Yo no soy tu público, pero a lo mejor otros sí lo son.

Al final, es el lector el que manda. El spam es un filtro: los grandes timos de supuestos príncipes nigerianos y loterías irlandesas se escriben con faltas a propósito, para que lectores inteligentes no lean su email.

Pero no engañes. Y por favor no nos tomes por idiotas. El lector recordará con más cariño y fidelidad al autor que nunca hizo que se sintiera engañado, al autor que lo trató con respeto.

Cada público tiene un modo

Piensa en tu público, piensa en tu lector objetivo. Crea la publicidad que acepta y disfruta tu mínimo público viable, como diría Seth Godin en su maravilloso libro Esto es marketing. Ofrece contenidos gratuitos que lo enganchen. Si tu público es juvenil, aceptará mejor videorreseñas en Youtube y fotos bonitas de tu libro en Instagram. Si tu público es de thriller, el SEO en Amazon es tu amigo, pero Twitter y Facebook pueden ayudarte también. Si escribes no ficción, ten un blog o un podcast. Si tu público es una tribu indígena en lo alto de un monte olvidado de la mano de Zeus, ve sacando la fogata y prepara las señales de

humo.

La mercadotecnia no tiene por qué ser mentirosa. No tiene por qué ser agresiva. Puede ser amable. Y sobre todo puede ser útil. Sirve para compartir cosas buenas con las personas que buscan, precisamente, esas cosas buenas.

A la hora de promocionar, tenemos que conocer la diferencia entre no querer hacer algo por vergüenza e inseguridad, y no querer hacer algo porque no se corresponde con nuestra ética ni con nuestro público.

Si solo te quedas con una frase de este artículo, por favor quédate con esa última.

Las siete estrategias básicas para vender libros

La semana pasada un cliente me pidió que le diera algún consejo para promocionar su libro.

Esa pregunta es megadifícil de la muerte.

«¡Pero Grabrielo! —me gritan mis lectores, en esa voz insistente que tienen siempre en mi cabeza—. ¡Si tú siempre andas dando consejos sobre promoción! ¡Si el problema es que no hay forma de callarte!».

Ay. No existe UN consejo para promocionar un libro. Me temo que es bastante más complicado. No puedo coger y decirte: «pon un anuncio en Facebook Ads» o «monta una presentación» o «contrata un avión para que dibuje el título de tu libro en el cielo», porque son tácticas aisladas, que no tienen ningún sentido ni función sin otro tipo de maniobras básicas y estratégicas.

Me puse a pensar: ¿por dónde empezar a explicar a mi querido cliente lo necesario para que su libro se dé a conocer? O, seamos sinceros, para que su libro se venda.

Y me di cuenta de que estoy tan acostumbrada a tratar con otros escritores independientes, ya publicados (o con escritores que trabajan con editoriales consolidadas), que a veces doy por sentado que todos los escritores se saben ya la teoría. ¿Pero qué hay de la muchísima gente escritora ahí fuera que se está empezando a enfrentar ahora a su primera publicación y que no sabe muy bien por dónde tirar?

Yo he estado en las mismas cuando no había mucha información sobre marketing para escritores. Y fue duro, muy duro. Este es el artículo que me habría gustado encontrar en su momento.

No voy a entrar en mucha materia en cada punto de este texto. Me interesa sobre todo que sirva como esquema básico para que tengas las ideas muy claras. Luego ya puedes ampliar conocimientos si quieres. Para ello recomiendo leer otros artículos de mi blog sobre marketing, y leer libros completísimos como El escritor emprendedor, de Ana González Duque, o Manual de autopublicación, el libro de

autopublicación de Autorquía.

Voy a hablar sobre todo de estrategias para vender. Si lo que tú quieres es escribir solo para ti, como afición, y que te lean amigos y familiares, eso también está estupendo, como digo siempre, pero probablemente estas cuestiones no vayan contigo.

Las cuatro preguntas mágicas

Una de las situaciones más comunes que me encuentro al tratar con escritores (incluso con escritores que llevan ya tiempo en esto), es que no han respondido todavía a estas cuatro preguntas fundamentales. Y son esenciales para conocer qué estrategia es más adecuada para ti.

Pregúntate, por favor:

Qué quieres conseguir. ¿Cuál es tu sueño? ¿Dónde te ves dentro de cinco y de diez años? ¿Buscas ser superventas, buscas ver tu libro en una librería, buscas obtener premios de prestigio? ¿Cuáles son tus prioridades? Ten en cuenta que no podrás tenerlo todo. ¿Qué es lo importante para ti?

Cuál es tu público objetivo. ¿Para quién escribes? ¿Y dónde se mueve esa gente para la que escribes? ¿Son mujeres de 20-30 años que suben fotos artísticas a Instagram? ¿Son chicos adolescentes que se mueven por Youtube? ¿O son personas jubiladas que apenas usan internet?

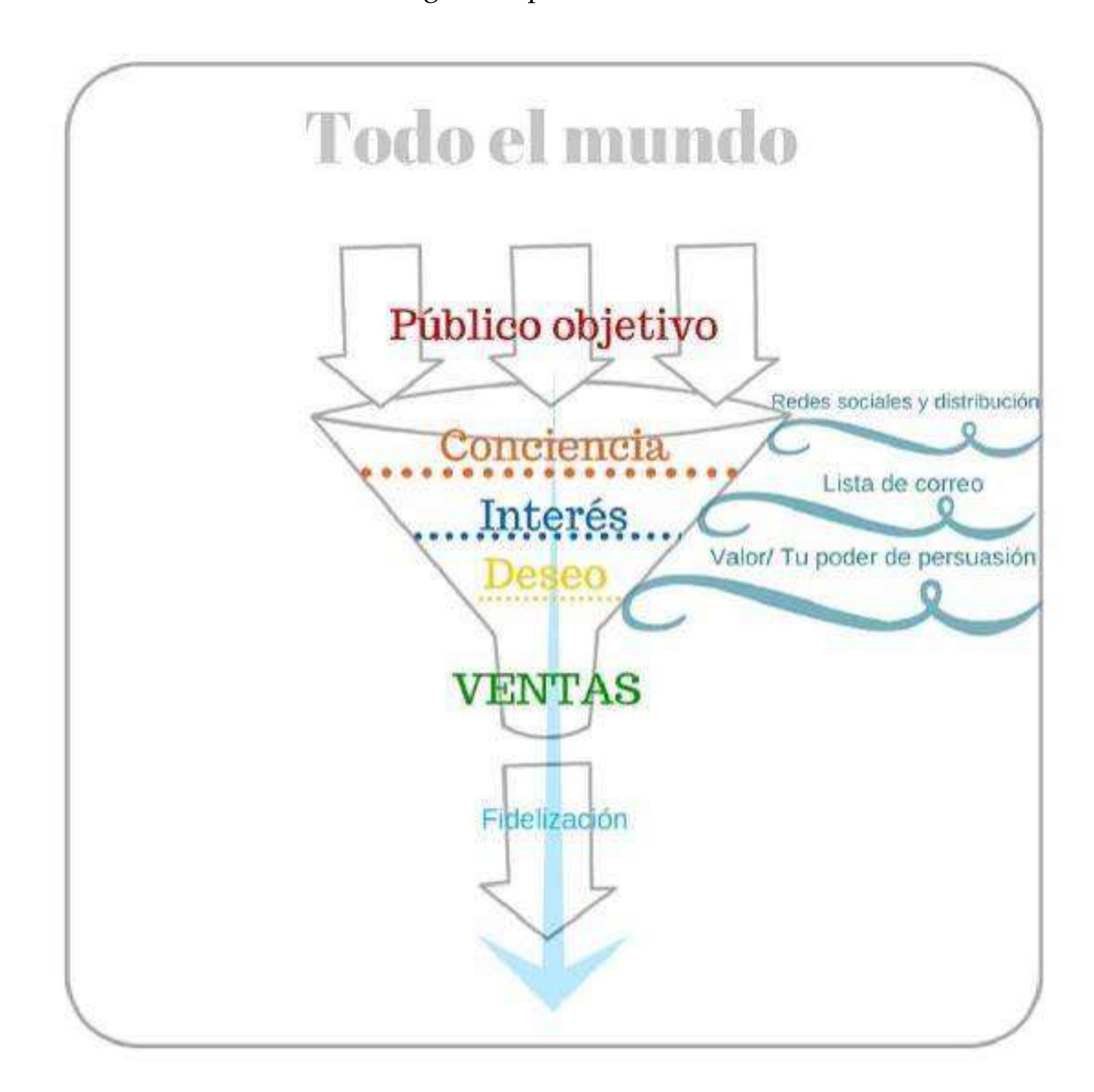
Cuál es tu plataforma. No sirve de nada tener dieciocho cuentas en redes sociales si no tienes un hogar, un sitio único donde la gente pueda encontrarte. Yo recomiendo, como mínimo, una página web (puede ser una página sencilla de aterrizaje, no tiene por qué ser algo complejo). Tu página, como dice Rosa Morel, debe ser el sol alrededor del que giran todos tus planetitas y satélites (contenidos, redes, secciones, webs dedicadas a proyectos específicos, etc.).

Quién eres tú. Esta es la más complicada. Digamos, mejor, qué imagen quieres proyectar. Y esta imagen no tiene que ser falsa, al contrario, tiene que ser una versión mejorada y unificada de tu persona. Tiene que haber algo reconocible que haga que otros se acuerden de ti.

No pases de aquí sin contestar a estas preguntas, te lleve el tiempo que te lleve, porque sin saber esas respuestas todo lo que viene a continuación no sirve de nada.

Diseña tu embudo de marketing

Antes de hablar de estas estrategias, también debemos entender muy bien el concepto del embudo de mercadeo, del que ya he hablado a menudo en mi blog. Verás muchas variantes de este gráfico, pero lo del embudo se reduce a esto:



El embudo permite visualizar un concepto básico: tu estrategia debe centrarse en captar la atención (y fidelidad) del público ideal para tus libros. El embudo lleva a la práctica lo que se conoce como buyer's journey (el viaje del consumidor). Lo voy a explicar poniendo de ejemplo uno de mis libros: 70 trucos para sacarle brillo a tu novela.

De entre toda la gente que navega por internet, hay una mujer hipotética

llamada Pepita Flowers que escribe novela histórica. Pepita ha mandado varias novelas suyas a diferentes editoriales, sin éxito, y una le ha dicho que uno de sus problemas es que su obra está llena de errores. Uno de los contactos de Pepita en Facebook comparte un artículo sobre fallos muy comunes en escritores que empiezan, que pertenece a una web llamada Gabriella Literaria. Pepita lee el artículo y lo encuentra útil. He conseguido crear 1) conciencia de que existo y 2) interés en mis contenidos.

Tal vez en ese momento ya consiga despertar deseo y obtenga una conversión (es decir, una venta de mi libro). O tal vez Pepita se apunta a mi lista de correo y mucho más adelante, tras haber visto mi libro en sus redes, en comentarios de sus contactos y otros sitios, decida comprar. Si tengo suerte, a Pepita le entusiasmará mi libro y decidirá que también probará otros servicios o productos míos. Y ese ha sido el viaje de Pepita, su paso por el embudo.

Utilizo muchas tácticas de venta, pero mi estrategia es crear contenidos útiles para el público al que le podría interesar mi libro, y diseminarlos a través de redes sociales y una lista de correo. Esta es, posiblemente, la estrategia más común ahora mismo en autopublicados y se conoce como marketing de la atracción.

Las tácticas varían, claro. Facebook Ads y Amazon Ads se están posicionando en el mercado angloparlante como parte crucial de esa primera parte del embudo, y sin duda tendremos que adaptarnos a esa nueva realidad. Debemos ser flexibles, pero algunos principios se mantienen y el embudo de captación suele mantener su estructura básica. Solo cambian los detalles.

Lo que está claro es que lanzar publicidad al aire no sirve de nada: debe formar parte de un sistema diseñado para crear este embudo. Hay muchas tácticas para usar este embudo y muchas son combinables entre sí. Todo depende de tu situación particular, tu público objetivo y cuánto desees complicarte la existencia. Algunas cosas, me temo, implican mucho ensayo y error, pero la cadena es la que es. Hay que considerar siempre que el mercado del libro está cambiando a velocidades insospechadas y mucho puede alterarse en los próximos años. No obstante, si tienes objetivos claros y revisas periódicamente tu estrategia, tendrás la flexibilidad suficiente como para sacar lo mejor de cada cambio e imprevisto.

Las siete estrategias más comunes para vender libros

1. Ventas por lanzamiento

Esta es la estrategia más utilizada en el mundo de la edición tradicional. La idea es crear la máxima exposición para un producto, intentando hacerlo lo más atractivo posible para que el cliente compre por impulso, repetición o influencia social. Aquí participan componentes de lo más inesperados. El objetivo es hacer el mayor ruido posible para vender el mayor número posible de unidades en el menor tiempo posible. Los puntos de venta que participan de una distribución física tienen un espacio limitado, por lo que las devoluciones pueden producirse en un margen tan escaso como unas meras dos semanas. Todo tiene que ser rápido: contamos con un margen muy muy estrecho para darnos a conocer.

Aquí entra el dilema de con quién publicar: ¿con editorial grande, pequeña, autopublicarse…? Compara ese margen mínimo de lanzamiento con los diez o quince años de contrato por los que una editorial puede tener tu libro en su poder y plantéate si una estrategia de ventas por lanzamiento es ideal para tu obra. Dependerá de tu público y del alcance de visibilidad que pueda proporcionarte esa editorial. Por suerte, cada vez hay más editoriales independientes que combinan varias estrategias para ofrecer mayor vida al libro de sus autores (y cuyos contratos no son tan largos).

Un lanzamiento tradicional suele depender de la visibilidad que da la distribución a librerías y grandes superficies, y a la que obtiene mediante contacto con medios tradicionales de comunicación. Muchas editoriales se están dando cuenta de que hoy en día eso ya no es suficiente y están recurriendo cada vez más a la visibilidad que ofrecen los llamados influencers (personas con seguimiento e influencia grande, sobre todo en internet) y a otras herramientas sociales. Aun así, muchas editoriales todavía tienen que ponerse las pilas con la asignatura pendiente de la visibilidad en línea si quieren seguir dominando el mercado.

Por ahora, las editoriales aprovechan el peso de autores que ya tienen una plataforma grande creada, así que no creas que si eres un completo desconocido una editorial puede darte toda la promoción que necesitas para vender. Estar visible en librerías ya no es suficiente (en la mayoría de los géneros. Hay algunas excepciones, como el infantil).

2. Ventas por acumulación

Esta es una de las estrategias preferidas por muchos autopublicados, sobre todo en géneros de demanda alta, como la romántica (para que te hagas una idea, en el mercado angloparlante hay lectores que consumen dos libros de romántica al día… ¡traduce eso a ventas!). La idea es escribir mucho y muy rápido, y vender

desde una plataforma potente que proporcione visibilidad de tu catálogo (como es evidente, Amazon es la preferida para esto).

Cuanto mayor sea tu catálogo, mayor será el efecto bola de nieve (siempre que gestiones bien dicho catálogo y sigas promocionándolo).

Con esta estrategia, atrás quedaron los días en los que un autor podía recibir un anticipo que le permitía dedicar tres años de su vida a viajar y documentarse. Ahora, muchos de mis compañeros autopublicados sacan, como mínimo, un libro cada seis meses. Los hay que han creado un modelo aún más bestia, como escritores de no ficción a lo S. J. Scott, o autores de romántica, capaces de producir un libro cada 4-6 semanas. Generalmente son libros cortos (menos de 50000 palabras), pero aun así impresiona esta capacidad de publicación.

Este modelo también se aplica en la industria tradicional y a géneros más conservadores. Sin ir más lejos, la escritora de fantasía Mercedes Lackey tiene unos 132 libros en el mercado. Podemos hablar también de una escritura para mercado: elegimos un nicho y escribimos mucho para ese nicho, con lo que nuestro nombre cada vez suena más. Y si crees que escribir tantísimo es de superhéroes, tendrías que conocer a unos cuantos creadores de contenido o redactores profesionales.

El objetivo de esta estrategia es crear una rentabilidad alta por fidelización. Es decir: hacer que tus lectores pasen por la parte más estrecha del embudo una y otra vez, que no solo compren un libro tuyo, sino que tengan un mueble entero dedicado solo a tus libros.

Esto de utilizar un catálogo para aumentar ventas de todos tus libros está muy relacionado con la siguiente estrategia:

3. Amazon y SEO

Es posible que te suene el nombre de David Gil, autor de obras como El guerrero a la sombra del cerezo. David ya se ha hecho su propia imagen y plataforma, pero arrancó, como tantos otros, gracias a (entre otras cosillas) un uso muy inteligente de Amazon y la optimización de categorías y palabras clave.

Reconozco que este es, para mí, un tema complicado. He empollado bastante todo lo del SEO en Amazon y me temo que (por lo menos en el caso de mis libros de fantasía oscura) mi nicho lector simplemente no es lo bastante grande ni hace las suficientes búsquedas como para que la cosa me funcione muy bien. Pero algo hace, de eso no hay duda. Hay mucha información ahí fuera sobre cómo

optimizar tu libro para el gigante amazónico, pero recomiendo sobre todo el trabajo de David Gaughran. En nuestro idioma hay también cositas, pero las veo bastante menos completas. Para empezar con lo más importante, recomiendo echar un vistazo a este artículo de Ana González Duque (que tienes también en la bibliografía).

Lo bueno de utilizar Amazon como tu estrategia principal es que se coordina muy bien con la estrategia de venta por acumulación: cuantos más títulos tengas orientados al mismo público, más promocionará tu catálogo la propia Amazon a ese público (incluyendo tus demás obras en sus sugerencias de compra, por ejemplo).

Lo malo de utilizar Amazon es que no es muy buena idea poner todos tus huevos en una sola cesta. Si el gigante decide, de buenas a primeras, que va a pagar menos regalías o que va a quitar tus libros de su plataforma por cualquier razón aleatoria, te vas a ver sin una plataforma propia que sirva para vender tus obras.

4. Lista de correo

Con todo este follón del nuevo reglamento europeo de protección de datos (¿soy la única que todavía tiene estrés postraumático por el RGPD?), muchos autores decidieron sencillamente eliminar su lista de correo para no tener que comerse la cabeza. Y gracias a nuestros amiguitos gestores de correo (Gmail, Hotmail, Yahoo, etc.), cada vez es más difícil llegar a la bandeja de entrada de gente que sí quiere recibir nuestros correos (gracias, Gmail, por esa aberración que llamas carpeta de promociones). Pese a estas dificultades, creo que deshacerte de tu lista es un gran error: es tu herramienta más valiosa.

La lista de correo es tan poderosa que hay autores que la usan casi exclusivamente. La lista de correo es lo que le ha permitido, por ejemplo, a Mark Dawson hacerse un público fiel que compra sus obras a raudales (si bien ahora complementa eso con anuncios de Facebook y Amazon). Lo importante no es tener una lista enorme, sino una lista con tu público objetivo.

Sí, caigamos en el cliché: lo importante de tu lista no es su tamaño, sino cómo la uses.

Ten en cuenta que si Facebook decide que ya no va a darle alcance a tus publicaciones, que si Twitter desaparece, que si Instagram se convierte en un

restaurante de comida rápida y muy fotogénica para hipsters… que si pasan todas estas cosas, tu lista sigue siendo tuya. Sigues teniendo los correos de toda esa gente que te sigue y se interesa por tu trabajo.

Pero una lista no es solo un sitio donde mandar emails de vez en cuando diciendo que has sacado un libro. Es un proceso complejo donde entran en juego cosas como la segmentación, los mensajes automatizados, los regalitos para convencer a la gente de que se suscriba, las páginas de aterrizaje…. Es toda una estrategia por sí misma. De nuevo, me temo que aquí los angloparlantes nos llevan mucha ventaja, y por ahora no he encontrado nada que supere Newsletter Ninja, la guía de Tammi Lebrecque para todo esto de tener una lista eficiente si buscas lectores. También tienes un artículo introductorio en mi blog.

5. Creación de contenidos atractivos

El tema del marketing de contenidos daría (y me da) para muchos artículos, pero se basa en una premisa fundamental: tú no sales a buscar a tu público, sino que ofreces contenidos interesantes para ellos y ellos acuden a ti. Es una premisa que ha enaltecido, entre muchos otros, el gran gurú del blogging Seth Godin. Durante años, Godin escribió columnas para revistas de forma gratuita solo porque consideraba que era una manera estupenda de diseminar ideas valiosas (y de paso crearse una identidad más que reconocida).

Todo esto va asociado a la marca personal. Cuando yo escribía para webs grandes me leía muchísima más gente… y nadie sabía quién era. En Gabriella Literaria tengo menos visitas, pero de repente ya la gente de mi sector dice: «aaah, Gabriella, sí, la del pelo de colores y el dinoporno». Que no es una gran marca personal, pero, eh, por lo menos saben quién soy.

Con esto no quiero decir que no escribas para grandes publicaciones: mis años de crear contenidos para otros me han enseñado mucho de lo que sé, además de proporcionarme una disciplina de trabajo. Pero he rechazado ofertas de medios nacionales, por ejemplo. Primero, porque madre-mía-qué-poco-pagan-algunos-medios-nacionales y segundo, porque, de nuevo, no iba a hacer gran cosa por mi necesidad de llegar a MI público, que eres tú, que me lees ahora.

Tu plataforma te da 1) control sobre todo lo que haces y 2) una coherencia y unificación de imagen que es excelente para que otros te recuerden.

¿Qué contenidos crear para atraer a tu público? Aquellos con los que:

Tú disfrutes como un enano. Y…

Que tengan relevancia para tu audiencia.

El primer punto es fundamental porque ya hagas vídeos, podcasts, artículos de blog o saltos triples mortales de piscina, vas a tener que hacer MUCHOS durante mucho tiempo, para que la gente empiece a notar tu presencia, a leerte y para que Google decida que es hora de recompensarte, porque hablas de un montón de cosas que interesan a quienes buscan ciertas palabras.

6. Redes sociales

Esta no es mi estrategia favorita, precisamente por lo ya comentado de que dependes del «hogar» o plataforma de otros. Para mí, las redes deben ser un canal de promoción, no la estrategia completa. No obstante, hay quien la usa como tal. Surgen constantemente nombres de autores que se inflan a vender gracias a su presencia brutal en Instagram, Youtube, Twitter o Facebook (hay más, pero diría que estas son las cruciales). Ocurre también en no ficción: la cuenta Mi dieta vegana proporcionó gran visibilidad a su dueña, Marta Martínez, que luego pudo sacar un libro de recetas gracias a ello (y todos conocemos el caso de youtubers famosos que escriben y venden sus libros con gran éxito).

Meto en este punto también plataformas de escritura (que funcionan como redes) al estilo de Wattpad. Estas plataformas pueden dar buenos resultados si te diriges al público adecuado, pero cuidado con las que sirven solo para que la empresa que haya detrás venda sus servicios editoriales. Esto, en sí, no tiene nada de malo, pero siempre hay gente muy malvada que promete un paraíso de piscina, mansión y coches rápidos solo para que gastes cantidades obscenas de dinero en «cumplir tu sueño».

Si quieres asociar tu identidad a un formato concreto y usarlo para dar a conocer tu obra, genial. Estudia ese canal y aprende a sacar todo el partido que puedas. Pero te recomiendo que lo combines, como mínimo, con una buena lista de correo.

7. Anuncios

Esto ha despegado a lo loco en el mundo angloparlante y por aquí empezamos a verlo también cada vez más. Facebook Ads, en concreto, se ha transformado en una herramienta versátil para muchos autores. No dudo de que en un futuro próximo veremos también una invasión de Amazon Ads (que ya está

disponible para algunos autores en España) y es posible que iniciativas como Ebrolis cada vez tomen más relevancia, al estilo del mítico gigante BookBub. Y dentro de nada veremos bots de mensajería de Facebook cada vez más trabajados, sistemas automatizados y personalizados que llevarán a tu lector exactamente donde quieres. Otros sistemas clásicos como AdWords, sin embargo, van quedando relegados para otro tipo de empresa. Y del banner de toda la vida en web (¡o en papel!) ya pocos se acuerdan.

Esta estrategia publicitaria se combina bien con las demás mencionadas, pero algunos autores la utilizan como fuente principal de ventas. Personalmente lo veo como un buen modo de atraer a tu público hacia tu embudo, siempre que tengas el tiempo y la paciencia de experimentar con diferentes anuncios, de crear texto persuasivo que funcione e imágenes atractivas. Los anuncios funcionan, sí, pero solo con determinados productos (pagar 2 euros por conversión de un anuncio donde promocionas un eBook de 0,99 euros es absurdo, por ejemplo, a no ser que sea el primero de una serie con el que pretendas atrapar a lectores a largo plazo).

Una combinación bastante común de esta estrategia con otras sería la siguiente:

Crear anuncios que tienen el objetivo de conseguir que el visitante se suscriba a tu lista de correo.

Realizar marketing de contenidos atractivos que usen la lista de correo como punto de encuentro con tus lectores.

Dirigir desde la lista a tus compradores potenciales a una tienda en línea o plataforma de venta (que puede ser propia o ajena: puedes tener tu propia tienda online y a la vez vender en Amazon o Lektu, por ejemplo).

¡Ventas!

Algunas cosillas más a tener en cuenta

Mil veces he cometido el mismo error y mil veces encuentro escritores que lo siguen cometiendo: confundimos tácticas rápidas y circunstanciales con estrategias. Como ves en este artículo, una estrategia funcional suele ser a muy largo plazo y requiere de una dedicación sorprendente. Ya sé que todo esto es muy duro, que no tenemos tiempo y etc. ¡A mí también me gustaría pasarme el día escribiendo novelas de fantasía oscura en vez de estar compartiendo contenidos en

Twitter!

Esto de la promoción efectiva es difícil y es laborioso y nada sucede de la noche a la mañana. Así que cerremos con este último consejo: si algo es demasiado bonito para ser verdad, no es verdad. Cuidadín con editoriales pirata y aquellos que te prometen que todas estas estrategias son para tontos y te las puedes saltar. Son muy muy poquitos los que lo han conseguido. Y hasta en esos casos excepcionales, si te pones a escarbar, encuentras que no ha sido la cosa tal y como te la cuentan. El concepto de que algo vende por sí mismo, por el boca a boca, es precioso, pero en muy raros casos del todo real.

Decide lo antes posible qué quieres conseguir y para quién escribes, decide cuál va a ser tu plataforma y cómo vas a presentarte en sociedad. No hace falta ser pegajoso como un vendedor de coches usados ni pringar a la gente de spam o mensajes de Whatsapp o privados de Twitter.

Puedes, simplemente, escribir artículos de más de 3000 palabras y teñirte el pelo de verde.

(Aunque creo que eso ya está cogido).

Nueve trucos para que te atrevas a hablar en público

Este artículo no es sobre cómo hablar en público de manera profesional y óptima. No es sobre cómo mejorar tu estilo, dominar tu lenguaje corporal y eliminar tus muletillas.

Este artículo es sobre cómo atreverse a hablar en público y punto.

Cómo tener la valentía de subir al estrado y presentar tu libro, participar en una mesa redonda o dar una conferencia.

Cómo hacer todas esas cosas sin mearte en los pantalones.

Cómo hacer todas esas cosas sin quedarte completamente en blanco.

Cómo hacer todas esas cosas con algún control de lo que sale de tu boca.

No puedo hacer magia. No puedo hacer que todas las personas tímidas del mundo de repente se conviertan en estrellas del espectáculo. Pero puedo contarte algunos conceptos importantes que descubrí sobre esto de exponerse, exhibirse y prestarse al examen de un grupo grande de personas.

Cuando la timidez hace que tu vida sea más complicada

Cuando estaba en la universidad, tenía una amiga que podía hablar con desconocidos en el autobús o ir a una tutoría con cualquier profesor sin pensarlo dos veces, pero que era incapaz de articular palabra cuando tocaba presentar algún proyecto. Yo, sin embargo, me subía a un escenario con la felicidad de una actriz de farándula, pero habría preferido cortarme un brazo antes que acudir a una tutoría, y a día de hoy me sigue costando pedir la cuenta en los bares.

Hay muchos tipos de interacción y cada persona tiene sus fuerzas y sus debilidades.

Reconozco que este amor por el escenario me viene desde pequeña, porque de niña yo era rubia y adorable a lo Shirley Temple, y me daban todos los papeles protagonistas en las funciones de la guardería. Luego crecí y, aunque era menos rubia y adorable, mis padres me apuntaron a clases de teatro. Seguía siendo tímida

sin remedio, pero descubrí algo maravilloso: si algo te da miedo, puedes fingir que eres otra persona. Puedes interpretar un papel. Es un truco que sigo usando en mi vida diaria y del que hablaremos un poco más adelante.

Ese taller de teatro fue lo que me hizo salir de mi escondrijo personal e interesarme por mis congéneres humanos. Empecé a ir a recitales de poesía y descubrí que mis poemas me ayudaban a comunicarme con el mundo, a crear otro tipo de escenario. Si puedes recitar una oda a tus partes íntimas delante de un grupo de señoras que te recuerdan vagamente a tu abuela, puedes hacer cualquier cosa en la vida.

Tanto es así, que ahora puedo estar en un grupo de personas desconocidas sin perder por completo los nervios y echarme a llorar[10]: un progreso impresionante. Pero que yo haya progresado como persona y haya descubierto el placer de hablar en público no quita que a veces lo haga fatal o me quede en blanco o digo algo inapropiado. Tampoco quita el nerviosismo que siento cada vez que me toca dar un taller o participar en una charla. Por suerte, he descubierto que con valentía no se nace, sino que se hace.

Recibo muchos emails de escritores que sacan su primer libro y se enfrentan a un obstáculo que les parece insuperable: la presentación. Eso me parece una lástima, porque la primera presentación de un libro tuyo es de las cosas más bonicas que hay. No dejes que unos nervios te priven de uno de los mayores lujos de la vida: HABLAR DE TU LIBRO Y QUE NADIE TE PUEDA DECIR QUE TE CALLES.

A continuación desarrollo un poco lo que suelo contestar a esos emails:

1. No estás solo

No, en serio. No eres tú. Nos pasa a todos. Hablar delante de una masa de personas es horrible. ¿Y si te juzgan?

Porque la realidad es que sí, te van a juzgar. Y lo sabes porque cuando acudes a cualquier evento tú también juzgas a quien habla.

La pregunta importante no es: ¿y si me juzgan? No. La pregunta importante, te recuerdo, es: ¿cómo consigo convencer a todos estos de que compren mi libro?

Si te da miedo presentar tu libro, dar una charla, participar en una mesa

redonda… piensa en la persona que ha dado la charla justo antes que tú, o en aquel autor cuya presentación te encantó, ese que parecía tan seguro de sí mismo. Te cuento un gran secreto: ese autor también se estaba cagando vivo[11]. Todos queremos la aprobación de los demás, es un mecanismo de supervivencia.

Aquí no importa la aprobación de los demás. Lo que importa es que compren tu libro. Aquí lo realmente importante es tu obra y tu trabajo.

¿A que no te da ninguna vergüenza hablar a otros de las bondades de alguien a quien admiras o quieres? Pues lo mismo: habla de lo muchísimo que mola tu trabajo y por qué.

Ya sé que el síndrome del impostor corre feliz entre nosotros y nos infecta con su ponzoña antiartística. Así que ¿qué pasa si no tienes mucha seguridad en tu trabajo?

Fácil: finge.

2. Fake it till you make it

Esta es una expresión muy común del mundillo de la autosuperación estadounidense: finge hasta que lo consigas. Finge ser alguien hasta que te conviertas en ese alguien.

No voy a decir que te apuntes a talleres de teatro (aunque prometo que funcionan y mucho), ni que mientas en tu currículo, pero sí que saques al actor que todos llevamos dentro. Todos hemos jugado a las casitas de pequeños. Todos hemos fingido ser alguien que no somos. Prometo que en realidad es muy divertido. Súbete a ese escenario y hazte pasar por una persona segura, confiada, carismática.

Nadie tiene por qué saber la verdad.

Todos ocultamos facetas de nuestra personalidad

Mi gran secreto es que no tengo sentido del humor. Soy de esas personas que cuando suelta un chascarrillo los demás la miran, muy confusos. Un día hice un chiste en el blog por error y alguien se rio. Desde entonces me hago pasar por alguien gracioso, tanto en el blog como en público. No tengo velocidad de respuesta como los cómicos de la tele, pero cuando entro en flow sale la Gabriella falsa, la Gabriella que intenta hacer reír a su público. Es una Gabriella peligrosa,

porque puede ser un poco ácida y a veces suelta barbaridades, y con frecuencia se cree más graciosa de lo que es, pero es uno de mis personajes favoritos.

Todos tenemos nuestras máscaras y cada máscara tiene un poco de nosotros. A veces hasta se fusiona con nuestra cara.

Si eres una persona tímida, hazte pasar por una persona sociable y expresiva. Si eres una persona reflexiva y tranquila, hazte pasar por una persona enérgica y espontánea. Funciona.

Cuando hablo en público me hago pasar por una persona megacarismática y hermosísima y fabulosa. Imaginad el susto cuando veo vídeos y fotos, y veo a una persona de pintas algo raras y gracia en el culete. Es impresionante la capacidad que tenemos los seres humanos para engañarnos. ¡Usémosla!

3. Practica, practica mucho

Las primeras veces no son fantásticas, pero todo mejora. Mejoran tus habilidades comunicativas, adquieres mayor seguridad y aprendes a reaccionar si algo sale mal. Nunca olvidaré aquella vez en la que, en una mesa redonda que yo moderaba, un tipo del público se levantó, se sentó a mi lado y empezó a decirnos a los ponentes todo aquello en lo que nos equivocábamos. Ni la vez en que una amiga acudió borracha a una de mis presentaciones, o la vez en que tuve que dar una charla en un descampado.

Creo que tu percepción cambia mucho cuando, en vez de «ojalá el público no me odie», tu mayor ruego para un acto es «ojalá estén todos sobrios y haya un techo sobre nuestras cabezas».

Hagas lo que hagas, lo más seguro es que te toque en algún momento hablar en público, sobre todo si quieres promocionar tu trabajo. Cuanto antes te expongas a este tipo de experiencia, mejor. No hay nada como la práctica para saber qué hacer cuando una banda de niñas chungas intenta arrancarte el micrófono de las manos para montarse un karaoke o cuando un chavalillo de apenas once años te pregunta delante de medio colegio que si estás embarazada.

Ojalá me inventase estas historias, en serio.

4. Prepárate

No sé si te pasa a ti, pero con el paso del tiempo mi capacidad de

improvisación ha ido mermando. Me he dado cuenta de que ya no puedo hacer eso de aparecer en algún lado y hablar durante horas de un tema que me guste sin parar. Necesito, por lo menos, algún tipo de guion de ideas, para no quedarme un buen rato mirando al vacío en estado absoluto de pánico, diciéndome: «¿y ahora con qué entretengo a toda esta gente (aparte de con mi increíble carisma, hermosura y fabulosismo fabulosidad fabuleza)?».

No digo que lleves tu discurso ya escrito y que te dediques solo a leerlo. Eso se nota y suele quedar fatal. Pero sí ayuda mucho llevar un pequeño guion: te hará sentirte mejor y te servirá de apuntador si te quedas en blanco. Se aprecia en charlas y conferencias y presentaciones cuándo alguien lleva algunos temas preparados y cuándo va a hablar del tiempo y de lo primero que se le ocurra. Un guion ayuda a tener un discurso claro y ordenado, y evitará que te vayas demasiado por las ramas. Si tu conferencia es sobre ciencia ficción, dedicar los primeros treinta y cinco minutos a las obras que te están haciendo en casa no es la mejor idea.

A veces me gusta llevar algún tipo de actividad o juego que pueda compartir con mi público. Por ejemplo, en las presentaciones de El día del dragón, que contiene el peor chiste del mundo[12], solemos cerrar el acto con un concurso de chistes malos. Esto es muy útil cuando presentas en colegios e institutos, con públicos obligados con los que a veces puede ser difícil conseguir atención y/o participación.

También puede resultar de ayuda fijarte en lo que hacen los monologuistas de comedia. Me encanta analizar sus estructuras narrativas, cómo se mueven y expresan. Solo con verlos te dan ganas de subirte a un escenario y contar una historia. Que igual tu ponencia sobre el papel de la mujer en la fantasía medieval de inspiración japonesa no es exactamente un discurso de Dani Rovira, pero la habilidad de un cómico para comunicarse con su público es digna de observación.

Por supuesto, siéntete libre luego de saltarte lo que tengas preparado en la medida que quieras y necesites. Es tu escenario y tú eres la estrella.

5. Organiza tu energía

Si eres una persona introvertida, como servidora, la intensidad de un acto social bestia puede dejarte tiritando. Hablar en público (y estar en situaciones sociales con mucha gente a mi alrededor) me sobrestimula, me carga de adrenalina y me produce una euforia curiosa que luego tengo que pagar.

Es como si tuviera un banco de energía social y los eventos de este tipo me dejasen en números rojos. Los días siguientes siempre estoy cansada e irritable. De grandes festivales como el Celsius puedo necesitar semanas para recuperarme. Si te pasa algo similar, acuérdate de tener cuidado con los compromisos de este tipo. Separa eventos, mira bien los horarios y asegúrate de dormir bien. Mi error en mis primeros festivales fue apuntarme a todos los actos que pudiera, emocionada, y además irme de fiesta todas las noches con otros escritores, editores y juerguistas profesionales. Aunque de esa época guardo muy buenos recuerdos y posiblemente alguna enfermedad venérea, esta no es una buena combinación.

Antes de tu presentación, charla, conferencia… asegúrate de tomártelo con tranquilidad, de tener una buena noche de sueño y cuidarte. Socializa un poco justo antes del acto para no pensar en tus propios nervios y para ir soltándote un poco. Revisa un poco tu guion, pero NO dejes la preparación para el último momento.

Y si tienes varios compromisos más o menos seguidos, refúgiate a solas para recuperar energía, aunque sea escondiéndote cinco minutos en un cuarto de baño. En convenciones, procuro regresar al hotel entre eventos, para seguir dándolo todo hasta en los últimos actos.

6. Pide ayuda

Si te desquicia la idea de subirte solo a un escenario, ¡no tienes que hacerlo! Dar una charla yo sola es divertido porque tengo el control absoluto de qué voy a decir y cómo, pero siempre estoy mucho más tranquila cuando hay otra persona que comparta conmigo la experiencia. Por eso, estoy más relajada en una mesa redonda o en cualquier charla moderada que en una conferencia. Si vas a presentar tu libro, busca a alguien de confianza que se ocupe de hacerte preguntas: así tú solo tienes que estar pendiente de responder lo mejor posible.

No tiene que ser una persona famosa. Cualquier amistad con desparpajo te puede servir. La idea es que sea alguien con quien te sientas a gusto y que sepa sacar lo mejor de ti. Pero ¡cuidado! Lo del desparpajo está bien, pero no elijas a alguien que hable más que tú o que vaya a hacerte sombra. La estrella eres tú y el público tiene que comprar tu libro, no el de la persona que te está presentando.

Esto lo digo, obviamente, para que no me invites a presentar tu libro. Porque intentaré vender los míos. No puedo evitarlo, son muchos años ya de tragarme la timidez y de fingir que soy una persona requeteinteresante.

Ya te he avisado.

7. Habla a una sola persona… o a una masa informe

Seguro que has oído ya el truco ese de imaginar que el público está desnudo o en ropa interior. Es un truco malísimo, lo siento. Primero, porque respeto demasiado a la gente del público para hacer eso. Segundo, porque siempre hay gente en el público que está tremendamente bien de lo suyo y antes de darme cuenta estoy OTRA VEZ hablando de sexo en mi conferencia sobre procesos de autopublicación frente a la cadena tradicional de producción y distribución del libro.

Hay otro truco que funciona mejor y que yo usaba mucho al principio. Se trata de encontrar a la persona del público que sonríe. Siempre hay una. Ya sea porque le has caído bien, porque es de naturaleza sonriente o porque tiene una historia de fondo a lo Joker muy trágica que ha congelado su rostro en un rictus permanente, encontrarás a esa persona. Habla solo para ella. Intenta que sonría más, cuéntale cosas. No te digo que tengas la vista fija (eso queda un poco raro), pero regresar a esa sonrisa te dará confianza.

Una amiga modelo lo pasaba mal en las sesiones de fotos, pero no tenía problema con subirse a pasarelas rodeadas de espectadores. Esto era porque los focos de la pasarela iban directos hacia ella y no le permitían ver al público. Este no era más que una masa informe. Y ese es otro truco, muy diferente al anterior: imagínate que no estás hablando a personas, sino a una gran masa irreconocible. Imagínate que no hay nadie de verdad, que estás en tu casa a solas. Y que estás compartiendo contigo mismo aquello que te apasiona.

Estos trucos son herramientas de principiante, claro. Cuando hayas hecho unas cuantas presentaciones o actos te darás cuenta de que es bonito ir fijándote en diferentes personas del público, hablando para cada una de ellas. Aprenderás a hablar con el grupo en general sin problema. Y es que lo importante de hablar en público es esto:

8. Diviértete

Aunque puede que no me creas, es cierto: hablar en público es divertido. El problema es que solemos estar tan ocupados preocupados por qué pensarán de nosotros que no nos damos cuenta.

¿Qué otras oportunidades tendrás de compartir lo que te gusta, lo que te

preocupa, lo que te apasiona? ¿Cuántas veces podrás hablar de tu trabajo sin que los presentes te digan que te calles, Gabriella, que ya está bien y qué jarticos nos tienes con tu p**o libro?

No tienes que hacer las cosas como los demás. No tienes que hacer la típica presentación pesada. ¡Puedes hacer lo que quieras! (Dentro del margen de la ley, claro. Que dar presentaciones desde la cárcel es más complicado).

La pasión se contagia

Si tú te lo estás pasando bien, tu público lo nota. Disfruta del poder que te da ser quien tiene la palabra. Cuenta algún chiste. Si nadie se ríe, puedes seguir como si nada. Pero si consigues un par de risas del público, todo irá sobre ruedas a partir de entonces. La risa es contagiosa, siempre va a más y la gente que está ocupada riéndose no está ocupada juzgándote.

Yo mido lo bien o mal que ha ido un evento por esa respuesta del público. No hace falta montar un monólogo cómico, pero alivia tensión y relaja a los asistentes, que ya saben que por lo menos una parte de la charla no será aburridísima.

Y por favor, por favor, por favor, que tu charla no sea aburridísima. Si escribes, tienes que saber contar una historia. Eso también sirve para tus presentaciones. ¡Ay, por qué son tan aburridas tantas presentaciones de libros!

Haz que el público participe, juega con él y pásalo bien. Pero nunca a costa del público, ojo. No hagas que se sienta incómodo: necesitas que se sienta a gusto. He ido a un par de eventos donde todos queríamos estrangular al conferenciante porque se dedicaba a insultarnos y a intentar dejarnos en evidencia. Es muy distinto tener autoestima y confianza que ser arrogante.

9. Quédate un rato

Creo que un error grave que cometen muchos autores es llegar a su presentación, hablar de su libro/trabajo/teoría espaciotemporal y largarse. Para mí una de las mejores cosas de hablar en público es el rato de después, el quedarse charlando con asistentes, compañeros u organizadores del evento. Ahí es donde se estrechan lazos, se conoce a gente válida y donde interaccionas con tus lectores de verdad. Recuerda comentar en tu acto que estarás disponible después para firmar libros y señala dónde pueden adquirirlos. Suelen caer unos cuantos si tu charla ha sido de interés para el público.

Yo intento ir un poco más allá. Ya que estoy con el subidón, con esa máscara de persona sociable que casi me estoy creyendo, ¿por qué no aprovecharlo? Siempre sugiero que vayamos todos después a tomar algo. Evidentemente, esto dependerá de la cantidad de asistentes. Si son muchos, no es práctico (aunque merece la pena por ver la cara de los camareros en los bares cuando pides mesa para cincuenta y ocho), pero suelo esperar a que ya quede poca gente (los que han pedido firma, los de mayor confianza, los que se han acercado a preguntar o comentar algo) y les propongo compartir todos un té, café o bebida alcohólica de su preferencia. Puedo asegurar que esas charlas son las que te van ofreciendo poco a poco la confianza que necesitas para superar tu miedo a hablar en público (y son parte fundamental del famoso networking).

Un apunte para amigos y familiares: tras una charla o conferencia, todos estamos en un punto extraño de vulnerabilidad. Si tenéis alguna crítica constructiva, ahora no es el momento. Hacedlo luego, al día siguiente. Y si alguien en el público ha hecho algún comentario desafortunado sobre tu persona, NO QUIERES SABERLO. Esto es muy importante, porque sé que hay quien te lo dirá con la mejor de las intenciones, pero eso puede minar esa confianza que tanto te ha costado reunir. Por supuesto que debemos aprender a hacer las cosas mejor, pero justo después de una conferencia NO ES EL MOMENTO. Repito, por si no ha quedado claro: NO ES EL MOMENTO. Merece la pena explicar esto a la gente que te rodea.

Todo puede ir mal, pero eso tampoco importa

Ante todo, acepta que esto de exponerse al terrible mundo del escritor público no siempre va a ir bien. Habrá asistentes imposibles. Habrá públicos que no se rían de ninguno de tus chascarrillos. Habrá públicos que pondrán algo que has dicho en su blog o en redes sociales, sacado de contexto. Alguien se quedará con esa frase horrible que salió de tu boca y no sabes cómo. Pero creo que todas esas posibilidades son mejores que seguir con miedo, mejores que evitar cualquier compromiso público y mejores que hablar con disgusto, odiando cada segundo de tu acto público.

Te aseguro que la mayoría de públicos son personas como tú o como yo, que lo único que piden es no aburrirse ni quedarse dormidos.

Entiende que eso es raro. Que el mundo está lleno de conferenciantes tediosos, de presentaciones interminables, de charlas egocéntricas.

En realidad, lo tienes fácil.

Cómo convertirse en el rey de las redes sociales

Tengo que decir que, en esto de las redes sociales, los escritores somos unos tonticos.

(Algunos agitan los brazos indignados al leer esto; alzan el puño y me juran violencia; otros se acuerdan del aspecto de su timeline de Facebook y asienten, deprimidos por lo que está ahí fuera).

No, no son solo los tuits constantes de «compra mi libro», los mensajes privados automatizados, los dibujos en la mugre del coche que indican, claramente, un enlace a Amazon. No, no es solo eso.

No es solo que no sepamos mantener una imagen coherente, que no sepamos compartir, que no sepamos comunicarnos con eficiencia (lo cual, por otra parte, es normal, teniendo en cuenta que nos pasamos la vida encerrados en una habitación, delante de un ordenador, en vez de salir por ahí y conocer a gente en carne y hueso, y aprender a socializar como seres humanos).

Es que publicamos a lo loco todas nuestras chorradas y esperamos, ¡abracadabra, pata de cabra!, recibir la atención adoradora del público lector que merecemos. Y estamos bien convencidos de que merecemos, aunque sea, un poquito de atención (¡solo un poquito!).

Como me temo que no puedo solucionar los Problemas Grandes del mundo, de esos que hay que escribir con mayúscula, pensé que podría empezar por intentar solucionar los pequeños. Y me agarré el libro The Art of Social Media, de Guy Kawasaki y Peg Fitzpatrick, y me puse manos a la obra. Vamos a ver si, por lo menos, podemos cambiar algo este gran barullo de gritos y grafiti en que hemos convertido los autores nuestras redes sociales.

Por si no te suenan los nombres, Fitzpatrick es una experta muy reconocida en el campo de la comunicación en plataformas sociales y Kawasaki es el señor que te convenció de empezar a comprar productos Apple, allá en los 80. Además, ahora es el encargado de marketing de Canva, una de mis aplicaciones favoritas.

¿Qué he sacado de este libro? Demasiado, la verdad. No es largo, pero tiene

condensada una cantidad increíble de información útil. Así que he decidido quedarme con los consejos que mejor podemos aplicarnos los que realmente necesitamos que nos hagan caso en este mundo de promoción saturada: nosotros, pobres escritores desconocidos. Y es que en la escritura no importa cuán bueno seas, si quieres que te lea alguien aparte de tu madre y ese tipo tan raro que te manda emails sospechosos a las tres de la mañana, te va a hacer falta un poquito de ayuda de las redes sociales.

Lee el libro entero si puedes, porque no tiene desperdicio. Pero podemos empezar por aquí. Este es un resumen de los mejores puntos del libro, con mis comentarios al respecto. ¿Tienes lápiz y papel, tableta, archivo de notas, Evernote o un boli y una mascota blanca y tranquila a mano?

1. Conviértete en alguien reconocible y fácil de encontrar

No te sirve de nada estar en LinkedIn, Pinterest, Instagram y Twitter si en cada sitio tienes un nombre diferente y si no conectas unas plataformas a otras. Yo diría que además es útil usar la misma foto (o variantes de la misma) en todas las plataformas, para que, si te buscan, puedan reconocerte con facilidad.

Acuérdate de enlazar en cada una de tus plataformas a tus demás cuentas (si te lo permite), a no ser que tengas cuentas que no actualizas o que no tienen ni el perfil rellenado. Eso no sirve de nada. Cada plataforma es una responsabilidad: mantén activas tus cuentas o deja de enlazar a ellas (o, directamente, elimínalas). Y sí, yo también tengo que hacer limpieza en unas cuantas. (Más vale una sola cuenta bien llevada que hacer el chorra en ocho redes sociales distintas).

Hay una excepción para esto: si utilizas diferentes redes sociales para distintas plataformas o públicos. Por ejemplo, yo uso Instagram para mi público de ficción y Twitter para mi público de no ficción. Los datos varían un poco y la estética también. Del mismo modo, tengo dos plataformas distintas de Facebook. Esto no se lo recomiendo a nadie, claro. La vida es mucho más efectiva y sencilla cuando haces una cosa a la vez.

Kawasaki recomienda seleccionar nombres neutros para tus cuentas. Sí, es posible que dentro de unos años te arrepientas de haberte puesto @comep*llas49 en Twitter, por increíble que ahora te parezca. Lo mejor es, dentro de lo posible, utilizar tu nombre real o el pseudónimo con el que suelas trabajar (y esto último no sé si recomendarlo, que los pseudónimos pueden cambiar con el tiempo) en todos tus perfiles. Porque…

2. Los perfiles son importantes

Muchas veces, por pereza, no rellenamos la información en nuestros perfiles de cuentas sociales. No es necesario dar información que no nos apetezca, pero la gente es cotilla, y ayuda poner textos breves acerca de a qué nos dedicamos y por qué nuestros libros son el mejor invento que existe desde que alguien le untó manteca colorá al pan tostado.

La razón es similar a por qué es importante tener una sección tipo «sobre mí» en tu página web. Repito: la gente es cotilla y quiere saber algo de tu vida, quiere saber si compartís intereses. Cuando busco gente a la que seguir en Twitter, solo me fijo en aquellos que dan alguna información en su página de perfil. La sensación que proporciona un perfil vacío (y no hablemos ya del huevo predeterminado como imagen) es que no utilizas apenas la cuenta. Y nadie quiere seguir a cuentas inactivas.

Ofrece además la imagen que quieras que se asocie contigo. Si quieres que te tomen por una persona seria, profesional, refléjalo con tu foto, ten una web con dominio propio y usa colores apagados. Si quieres que te tomen por una persona transgresora, utiliza frases originales y colores chillones. No tienes que convertirte en algo que no eres; solo intenta ser coherente y mostrar tu personalidad también con tu información y diseño. Es mucho más fácil recordar a la escritora Lucilla Powers, autora de poesía a la que le encantan el rosa y los vestidos, que a dhjhsjfyy56MUERte, que tiene una perrita de foto de perfil y una bañera llena de sangre como imagen de fondo, y que igual te comparte tuits sobre tenis que sobre las hambrunas en Crastennia, capital de Júpiter occidental.

Bueno, igual eso sí sería digno de recuerdo, pero no sé si de seguimiento en Twitter.

3. Recicla tu trabajo

Antes publicaba mis artículos nuevos en mis cuentas sociales y ya; me olvidaba del tema y pasaba al siguiente, porque a veces puedo ser así de inútil. Cuando vi que tenía ya muchísimos textos acumulados, me pregunté: ¿por qué no compartir estos artículos con gente que lleva menos tiempo siguiéndome, que seguro que no los conoce? Así, se matan dos pájaros de un tiro: aprovechas contenido viejo para estar siempre en movimiento, y por otro lado te sirve para dar un repaso y poner al día información que se haya quedado obsoleta o que sea incorrecta.

Eso sí: no estés siempre publicando lo mismo, sobre todo si llevas poco tiempo moviéndote en redes y tienes pocos textos o ideas que compartir. Si compartes varias veces el mismo artículo, procura enfocarlo de forma diferente o muestra imágenes distintas.

Este mismo concepto puede usarse para recuperar libros o relatos viejos. Coge textos tuyos publicados hace tiempo, recorta los párrafos que más te gustan y compártelos con una imagen bonita (acuérdate de especificar de quién es la imagen, o usa un banco de imágenes gratuito o de pago).

Si eres una persona organizada y práctica (es decir, si no eres yo), puedes crearte una hoja de Excel con todos tus artículos y/o textos, indicando en qué fechas has compartido cada cosa (y la respuesta obtenida), para evitar repetirte mucho, asegurarte de compartirlo todo de manera ordenada y ver qué artículos funcionan mejor que otros.

4. Encuentra contenidos que interesen a tus lectores

Para que te compartan tienes que compartir. Y para que te sigan tienes que tener algo que ofrecer más allá del enlace a tu libro. ¿Pero dónde encontrar tantas fuentes de información y cosas chulas?

Tengo que reconocer que me ha llevado mucho tiempo compilar una lista y un sistema que me permita encontrar la información que más me gusta, pero cada persona tiene curiosidades e intereses diferentes: tu sistema será muy distinto al mío. Apúntate a las listas de correo de tus blogueros favoritos y a las de los periódicos y revistas que te proporcionen una mayor cantidad de información útil; añade a marcadores todo lo que veas que te llame la atención; crea listas con personas en Facebook y Twitter que suelan compartir enlaces de calidad. No pierdas el tiempo parándote a leer cada cosa sobre la marcha (¡no caigas en el agujero de Internet!), mándala a Instapaper o a Pocket y lee cosas sueltas en los ratos libres. Presta atención a los grupos de LinkedIn de tu sector, crea círculos y colecciones especializadas en Google+[13]. También puedes realizar búsquedas especializadas. Los hashtags son sobre todo útiles para buscar ciertos temas en Twitter, Facebook y, por supuesto, en Instagram.

Sí, calidad ante todo. Personalmente no comparto artículos muy breves, llenos de publicidad y poco trabajados; no comparto cosas copiadas de otras fuentes; no comparto artículos sobre temas de los que ya estoy aburrida; tampoco comparto textos con muchas faltas de ortografía o erratas. Tampoco suelo usar

servicios de publicación automatizada, ya que me gusta personalizar cada mensaje. Soy exigente, sí, pero creo que eso da buenos resultados. No comparto nada que no me gustaría leer a mí.

¿Que esto lleva mucho tiempo? Oh, sí. Muchísimo. Y por eso lo hace poca gente. Por eso destacarás si consigues hacerlo bien.

5. Mejora tu propio contenido

Si tienes un blog y escribes artículos o reseñas, recomiendo estas cuatro preguntas de George Orwell, que Kawasaki cita en su libro:

¿Qué estoy intentando decir?

¿Qué palabras expresarán lo que quiero decir?

¿Qué imagen o recurso lo hará más claro?

¿Es esta imagen lo bastante fresca como para tener efecto?

Con imagen Orwell se refiere a símiles y recursos parecidos, pero si lo tomamos de manera literal también nos sirve. Decide de qué quieres hablar, encuentra las palabras adecuadas y la imagen adecuada. Esto sirve tanto para artículos de 8000 palabras como para mensajes introductorios a contenido ajeno al compartirlo en Facebook.

¿Pero qué es lo que hace que tu contenido sea atractivo? Kawasaki lo resume en cuatro puntos:

INFORMACIÓN. ¿Qué ha pasado? ¿Cuáles son los datos?

ANÁLISIS. ¿Qué significan esos datos?

UTILIDAD. ¿Cómo puedes ayudar a tus lectores con esos datos?

ENTRETENIMIENTO. ¿Cómo puedes hacer que esos datos sean más interesantes o divertidos?

Obviamente, cada medio pone más énfasis en un punto u otro. Un periódico no debe entretener, debe informar (aunque puede darse una información de manera amena, pasarse de la raya le resta profesionalidad). De un blog o columna

de opinión se espera algún análisis, alguna perspectiva personal. En una web o blog de escritor, los textos que mejor funcionan, claro, son aquellos que cumplen en alguna medida estos cuatro requisitos. Y cuando hablo de textos hablo no solo de palabra escrita, sino de contenidos en general, ya sean artículos, vídeos o fotomontajes con animales monos.

6. Piensa en qué interesa a tu público

Aunque tus intereses son importantes y dicen mucho de ti, debes pensar con detenimiento en qué llama la atención al público que quieres atraer. Mi público son lectores y escritores, por lo que suelo compartir enlaces y textos relacionados con la lectura, los libros y la escritura. También me interesan mil cosas más, pero no suelo compartirlas tanto, porque no entran dentro de las categorías del público al que me interesa atraer.

No tengas miedo a compartir contenidos directa o indirectamente relacionados con tu público. Si te interesa atraer a lectores de ciencia ficción, sí, puedes compartir noticias de ciencia y astronomía; si te interesa atraer a lectores de romántica gótica, sí, comparte esos versos de Byron y ese corsé siniestro.

Pero no compartas treinta tuits seguidos sobre el partido de fútbol de anoche, ni interminables posts de Facebook sobre los mocos de tu niño de dos años ni tu visionado completo de Master Chef, a no ser que tu público sean aficionados al fútbol, madres angustiadas o gente a la que le gusta ver cómo se insulta a otras personas en público.

7. Personaliza lo que compartes

No se trata solo de compartir contenidos ajenos y propios. Un enlace a secas no le dice nada a nadie. Si publicas o compartes un enlace, una imagen o texto en las redes sociales, explica por qué te gusta y cuál es su tema. Cuando me retuitea alguien en Twitter, por ejemplo, sonrío agradecida a mi benefactor. Si además se molesta en decir unas palabras con el enlace, hay muchas más probabilidades de que mire su perfil, que lo siga, que me interese por su trabajo.

Además, así te aseguras de que toda la información llegue a buen puerto. Hace un tiempo publiqué en Facebook una convocatoria para autores a los que entrevistar en la web, y llevaba adjunta la hoja de Google Drive donde inscribirse. Varias personas muy majas compartieron mi estado de Facebook, pero no añadieron ningún comentario ni explicación. Por la sencilla razón de que Facebook

para estas cosas a veces es un poco tontolaba, solo aparecía el archivo de Google: quien lo vea no sabrá a qué viene ni para quién es, por lo que la información crucial se pierde. Asegúrate siempre de compartir bien cualquier dato y de darle tu toque personal.

8. Sé agradecido

Conforme crece tu blog o cuenta social, cada vez es más difícil agradecer todos los shares, likes, compartidos, +1s, etc. (además de que puede quedar un poco cansino incluso para el que te comparte). Pero asegúrate de agradecer a aquellos que se toman la molestia de ir un poco más lejos: realizar un comentario inteligente, reflexionar sobre lo que han compartido, etc. Si alguien publica contenido que te gusta, asegúrate de decírselo. Del mismo modo, si has encontrado contenido realmente bueno, acuérdate de hacer una mención a la persona que te lo ha sugerido o proporcionado.

Kawasaki no habla de esto, pero yo creo que además hay que ser agradecido a un nivel más profundo. Mucho se podría hablar de una «ética de navegantes» en este sentido. Muchos blogueros, por ejemplo, pagan sus gastos de servidores y etc. con publicidad o pequeños servicios; al igual que muchas páginas web. Sé que andamos todos muy apretados, pero si alguien me ofrece contenidos de calidad que me son útiles, intento recompensarlo de alguna manera, ya sea pinchando en su publicidad, realizando una donación o comprando alguno de sus productos. Eso no me proporciona ninguna recompensa inmediata, pero los creadores de contenido lo agradecen, es un granito más de arena en su desierto y es algo que me gustaría que los demás también hicieran por mí.

Hay miles de maneras de agradecer las cosas chulas que se nos proporcionan a diario. Si no puedes comprar, por lo menos recomienda. No seas de esos que toman lo que les sirve, lo usan para sus propios fines y encima se ríen de los que intentan devolver algo al creador.

Diría que podemos ir más allá y evitar compartir contenidos de medios que sabemos que no remuneran a sus colaboradores, por ejemplo. También es importante mencionar la autoría de los textos, no solo al medio que los distribuye. Entre todos podemos empezar a dar otro valor a los buenos contenidos y creadores.

9. Sé visual

Si tienes un blog o web, asegúrate de que tus textos lleven imágenes grandes incorporadas para que puedan acoplarse automáticamente a las publicaciones en redes sociales; si compartes contenido ajeno, busca la imagen correspondiente del artículo o texto para decorar tu compartido.

Está más que comprobado que en las redes sociales se pincha y comparte mucho más en enlaces o textos que llevan imágenes. Llaman más la atención. Y si lo haces para tus propios textos, procura hacerlo también para los demás, aunque solo sea de vez en cuando. Te agradecerán la molestia.

Evita también los grandes bloques de texto. Separa las ideas en parrafitos para que queden claritas y fáciles de leer. Y no nos cuentes tu vida (a no ser que seas, no sé, reportero de guerra o cazador de tiranosaurios), sé conciso y ofrece solo la información necesaria.

Un apunte: recuerda que las imágenes pertenecen a sus creadores. No uses para tus artículos imágenes que no sean libres de derechos. Hay una diferencia entre compartir el trabajo de otros y usarlo para tus propios fines.

10. Encuentra títulos irresistibles

Para mí esto ha sido clave. Diría que ha sido la herramienta que más ha hecho por el crecimiento de mi blog.

Te dirán mil veces que las listas están muertas. Me lo dijo un experto en SEO hace ya tres años, de hecho, y los artículos con formato lista siguen siendo los que más visitas me traen al blog, con diferencia. Creo que las listas tardarán bastante en morir. ¿Por qué? Porque las listas son fáciles de leer de un solo vistazo: enseguida vemos si nos merece la pena leer el artículo o no. Nos ayudan también a organizarnos mentalmente, es más fácil asimilar la información y recordarla.

No solo las listas funcionan. Sirve cualquier titular que despierte la curiosidad del lector (el típico clickbait de: Nunca adivinarás que le pasó a esta señora de 82 años mientras lavaba el baño). Una advertencia: con ese tipo de titulares cebo más te vale que la respuesta sea sorprendente de verdad. Sí, puede que ocho mil personas quieran saber qué le pasó a esa anciana, pero os aseguro que si la respuesta es «le quedó muy limpio», vas a tener a ocho mil personas muy cabreadas.

También funcionan bien, por desgracia, los titulares negativos o destinados

a infundir miedo (10 cosas que hay en tu dormitorio que podrían matarte). Personalmente no me parecen del todo éticos, pero allá tú y tus diablillos particulares. Lo que está claro es que los títulos con carga emocional, ya sea positiva o negativa, funcionan mucho mejor que los títulos neutros.

11. Encuentra la frecuencia adecuada para cada plataforma

Twitter no es Facebook, Pinterest no es Instagram. La visibilidad de un enlace en Twitter, por ejemplo, es muchísimo más corta que en Facebook. Hay muchas ratios diferentes de cuánto deberías compartir en cada plataforma, y cuánto de ese contenido debe ser tuyo y cuánto ajeno. Por lo general, encuentro que una proporción de un texto tuyo por cada dos ajenos suele funcionar bien, siempre, claro, que tus textos sean algo más que el ya mencionadísimo «¡compra mi libro!».

Estas son las frecuencias de publicación recomendadas por Kawasaki. Los primeros números son los recomendados para un uso periódico de las redes sociales. Los segundos son para gente que ya tiene cierto seguimiento y quiere crecer con relativa rapidez (además de ser más o menos el límite en que la gente te empieza a gritar y escupir):

Facebook: 1-2 veces al día (3-4).

LinkedIn: 1 (4).

Pinterest: 6 (10-12)

Twitter: 8-12 (25).

Cuando escribí este artículo Kawasaki todavía no hablaba de Instagram, y su frecuencia recomendable tanto para publicaciones fijas como para stories es algo que se debate desde que modificaron los algoritmos de alcance en 2018. Instagram ahora tiene una gran tolerancia a frecuencia (aunque esto depende de la calidad de tus publicaciones, claro), pero le da importancia sobre todo a la consistencia. Da igual que publiques una o diez veces al día: lo importante es que mantengas siempre la misma periodicidad.

¿Cuál es el mejor momento para publicar contenido y para compartirlo? Hay muchas teorías al respecto, pero dependen de cada país y de cada sector. Encuentro que las horas más fuertes para todas las redes son entre las nueve de la mañana y las dos de la tarde, y de las siete de la tarde a las diez de la

noche (con picos sobre la una y las ocho), pero igual tu experiencia es distinta. Aquí, y en miles de laboratorios llenos de vasijas burbujeantes y arañas radiactivas, la experimentación es tu amiga. O es con tu amiga, aquella maravillosa noche en la residencia de estudiantes bajo la fría luna de invierno, pero esa ya es otra historia muy diferente.

12. Programa, dentro de lo posible

Está claro que si quieres mantener el ritmo indicado ahí arriba y llegar a todos tus seguidores (probablemente tengas unos cuantos en el otro hemisferio), no puedes pasarte el día con la alarma puesta para correr a colgar el enlace de turno. Programas como Tweetdeck, Buffer o Hootsuite sirven para programar tus publicaciones en las diferentes redes sociales. Facebook y Pinterest, además, te permiten programar las publicaciones en tus páginas profesionales.

Asegúrate de tener una lista de sitios web con buen contenido, donde puedas ir gestionando y guardando aquello que te gusta para compartir más adelante. Aplicaciones como Feedly pueden hacerte la vida mucho más fácil.

13. Mucho cuidado con los troles

Un apunte fundamental que hace Kawasaki es que es más importante quién te ve contestar que la persona a la que estás contestando. Muchos lectores y seguidores te juzgarán según cómo respondas a determinados comentarios. Así que aquí voy a hacer tres anotaciones.

De entrada, da el beneficio de la duda: Lo malo de comunicarse por escrito es que no percibimos el tono, y cosas que suenan ofensivas y críticas pueden ser humorísticas o afables. En esos casos, prueba primero a contestar con educación, de manera neutra, y observa la reacción de la otra persona. En un porcentaje elevado de los casos responderá con amabilidad y te darás cuenta de que has malinterpretado su comentario inicial.

Solo tres rondas: Ante troles, haters y críticos sin razón, Kawasaki aplica la regla de tres: permite un comentario ajeno, una sola respuesta tuya y otro comentario ajeno de vuelta. Si ese tercer comentario sigue siendo molesto o, simplemente, no aporta nada a la conversación, mejor dejarlo ahí y que la cosa no escale.

Esta es mi casa y no tengo que aguantar tonterías. Sí, funciona así. Si alguien insulta, hace un comentario ofensivo o algo que te parece inapropiado, tu

cuenta/plataforma/web es tu cuenta/plataforma/web y que no te remuerda la conciencia en absoluto al bloquearlo, ignorarlo o eliminar su intervención. Recuerda que los comentarios ofensivos hacia otros que participan en la conversación también cuentan. Es tu responsabilidad ofrecer a tus lectores un sitio cómodo y seguro donde puedan intercambiarse ideas sin llegar a la sangre. Lo dicho: aquí venimos a aprender y compartir, no a peleas de patio de colegio. Para eso ya hay webs de sobra.

14. Ninguna red es tan potente como el IRL

IRL (In Real Life: en la vida real) es la red más poderosa que existe. Ya puedes ser un superusuario de Instagram: tus mejores contactos y amigos/clientes/lectores te vendrán a través de los encuentros en persona. Lo he comentado mucho en mi blog y vuelvo a decirlo: si puedes, acude a convenciones, congresos y demás saraos de tu sector. No solo harás networking del chulo, del que no parece sacado de un manual para robots psicópatas, sino que te lo pasarás pipa hablando de todas las cosas que te interesan. Nada te da una sensación más real de lo que ocurre en tu sector y cómo funcionan los procesos editoriales que hablar con otros escritores, editores y demás fauna literaria.

Hay algo que a mí me ha venido genial siempre, a pesar de mi timidez: saber otro idioma. Saca brillo a tu inglés. La gente acudirá a ti para que eches una mano con los invitados de fuera (true story). El valor de echar una mano con el idioma, sobre todo cuando hay comida y bebida por medio, es inmenso. Una amiga mía se ha ganado ya a varios grandes dibujantes de cómic mediante el sencillo método de preocuparse por que no pasen hambre (nada alegra tanto a un dibujante de cómic o a un escritor que el que les traigan algo de beber o comer mientras andan firmando). Puedes pensar que porque la gente es famosa e importante no necesita que les echen una mano. ¡Gran error! Habla y trata a la gente como si fueran seres humanos.

No se trata de conocer a individuos famosos por conocerlos y poder soltar nombres de forma idiota, sino de poder charlar con personas que han vivido cosas interesantes y de las que puedes aprender una buena barbaridad. Es muy probable que ellos no se acuerden de ti luego (al fin y al cabo, conocen a mucha gente), pero ese no es tu propósito.

No te obsesiones con buscar a los «peces gordos», que de todas formas están hartos de que se les peguen los pesados. La gente pequeña e interesante de hoy se transforma en gente muy grande de mañana. Si nunca hubiera ido a aquella

primera Hispacon de Getafe, hace muchos, muchos años, no habría conocido a quien hoy es mi pareja y coautor.

Cualquier tipo de networking, creo yo, debería hacerse porque admiras y te interesa alguien, no porque tengas ganas de echar mano a su agenda de contactos (y a veces tengo la sensación de que ese es el único objetivo de LinkedIn). Alguna vez me han utilizado para eso y puedo asegurar que las primeras veces cuela, pero desarrollas con gran rapidez un buen olfato antiparásito.

15. Las redes sociales son para socializar, así que socializa

Interacciona con otras páginas de Facebook, intercambiad promoción la una de la otra de manera natural y orgánica. Contesta a los que comentan tus tuits, participa en conversaciones interesantes. Deja comentarios interesantes en las cuentas de Instagram que sigues. No puedes esperar que la gente te haga mucho caso si te limitas a escupir contenido sin invitar a nadie a la conversación virtual. Ya tendrás tiempo de ignorar emails y menciones cuando seas tan popular que ya te resulte imposible.

No olvides, además, conversar y aprender de los que están dos peldaños por encima de ti. Por favor, no hagas mucho caso de los consejos de las personas que tienen bastantes seguidores menos que tú. Pueden darte buenos consejos sobre escritura, sobre lecturas, sobre cómo cambiarle el aceite al coche o cómo combinar colores en los trajes tweed, pero si un usuario con 30 seguidores te dice que en Twitter lo estás haciendo fatal, no le prestes demasiada atención. Si te lo dice Juan Gómez Jurado, igual sí es para pensárselo.

Y lo más importante de todo esto

Hay mil tácticas y técnicas y métodos para conseguir más seguidores en todas las redes sociales. Sí, algunos dan resultados a corto plazo, pero recuerda que siempre debes pensar a larga distancia. Como escritor, tú más que nadie deberías saber que esto es una maratón. En ese sentido, te aconsejo que te alejes de maniobras que tengan una ética cuestionable, que no sean sinceras ni vayan de frente, como utilizar cuentas clónicas para atrapar más seguidores, crear cuentas falsas para dejar reseñas a tu propia obra en Amazon y cositas por el estilo.

Al final, son tus fans, fieles y lectores a muerte los que te van a vender libros, no miles de personas que ni siquiera saben quién eres. Claro que puedes comprar seguidores en Twitter, ¿pero de verdad quieres a diez mil personas que ni

siquiera hablan tu idioma, o que no sean aficionadas a la lectura? Si una solución parece demasiado fácil y rápida para ser de verdad, probablemente no sea de verdad.

Seguir todas las indicaciones de este artículo, desde luego, te quitará MUCHO tiempo. Doy fe de que son eficientes; por lo menos para crecer en redes sociales y alcanzar un público amplio. Saber vender tu libro a ese público amplio ya es otra cuestión y dependerá de otros factores, como el tener un producto adecuado a los gustos/necesidades de tus seguidores, tener puntos de venta accesibles, una buena distribución, etc. Ten en cuenta que la gente no compra libros solo porque el autor les cae bien. Todo esto te pondrá en el punto de mira: en tus manos está aprovechar las miradas con algo irresistible.

Cierro con las cuatro reglas con las que Kawasaki, a su vez, cierra su libro. Cita las cuatro enseñanzas de Don Miguel Ruiz, a las que añade la quinta de su hijo, Don Jose Ruiz. No soy yo muy de neochamanismo, pero sus consejos sirven requetebién para comportarnos en esto de la autopromoción y las redes sociales:

Que tu palabra sea impecable (nada de faltas de ortografía, nada de contradecirse. Cumple con lo que dices que vas a hacer y moléstate en redactar bien).

No te tomes nada de forma personal (porque solo los emoticonos te ayudan a saber si ese comentario iba por donde crees que iba).

No des nada por sentado (nada está escrito en piedra [excepto las cosas que están grabadas en piedra] y mucho menos las supuestas «reglas» del marketing).

Hazlo todo lo mejor que puedas (la promoción es importante, pero sin un buen contenido no te sirve de nada).

Sé escéptico, pero aprende a escuchar (y recuerda todo lo que puedes aprender de otros).

Tal vez eres un escritor que recuerda lo importante: que aquí veníamos a escribir. Por desgracia, y hago mucho hincapié en esa desgracia, si quieres que te lean, las cosas han cambiado. Las editoriales hacen lo que pueden, pero no podemos depender de que una editorial nos promocione a la antigua usanza, porque esa antigua usanza muchas veces no funciona. El contenido ya no vale por sí solo, por muy bueno que sea.

Si quieres escribir, escribe. Eso es, sin duda, lo más importante. Y cuanto más escribas, cuanto más te esfuerces, mejor lo harás.

Pero si quieres que te lean, te vendría bien empezar a aplicar algunos de estos consejos. No solo para vender, sino para que los lectores puedan llegar a ti y descubrir las maravillas que tienes para ofrecerles.

Porque tienes maravillas, ¿no es cierto?

Vender también es aprender a contar historias

Todo esto empezó porque me pidieron un prólogo.

No soy muy amiga de los prólogos. Los prólogos y yo tenemos una relación parecida a la relación entre la protagonista de una comedia romántica para adolescentes y su némesis rubia y popular. No suelo leerlos hasta terminar el libro (¿y si hay alerones feos… digo… spoilers de la obra?) y no suelo escribirlos para otras personas. Un prólogo es una responsabilidad, al fin y al cabo. ¿Y si el libro es malo, engañoso o aporta información mal documentada? Es tu nombre el que está ahí, apoyando y aprobando la obra.

Ana González Duque me pidió que escribiera un prólogo para su libro Cómo monetizar tu blog de escritor. Con Ana, por suerte, sabía que podía escribir un prólogo con mucha tranquilidad, preocupándome solo de no usar (casi) palabrotas. Pocas personas tienen su habilidad para producir de manera periódica contenidos útiles, que además han pasado por el filtro valioso de su propia experiencia. Es fácil hablar de la teoría: pocos hablan de la práctica, de aquello que ya han verificado. Y pocas personas comparten su experiencia con tanta generosidad.

Antes de escribir esto que lees que, por cierto, es ese mismo prólogo mencionado (pero con menos símiles de comedias románticas), me tuve que leer su libro, como es lógico y normal. En él, Ana habla de un tema que conoce bien: cómo sacar rentabilidad a tu blog si eres una persona cuya ocupación principal es escribir (o si te gustaría ser una persona cuya ocupación principal fuera escribir). Toca, además, una cuestión que poco se menciona: escribir no es solo escribir ficción, y la creación de contenidos de no ficción puede ser una ayuda tremenda para los que también le damos a eso de la literatura. Escribir no es solo crear novelas.

Así que ahondemos más en eso de crear contenidos, sean literarios o no. ¿Cómo influye la creación de contenidos en nuestro trabajo artístico?

Arte y mercadeo no son agua y aceite

Al principio, yo era como esos escritores que dicen que el arte es lo

primordial y que no puede mancillarse con el sucio dinero, ¡y mucho menos con el (sucísimo) mercadeo! Lo que yo no sabía (y lo descubrí mucho después) es que el famoso marketing puede ser divertido. No soy, precisamente, una autora que escriba para todo el mundo, así que he tenido que ingeniármelas de mil maneras para a) encontrar mi público y b) llegar hasta él, intentando mantener siempre mi respeto por el lector y por mis propias creaciones.

Siempre asociamos marketing a vender de forma mentirosa y pesada, con intenciones aviesas. Lo que yo descubrí (y creo que Ana también) es que vender no tiene nada de malo si se resume en lo siguiente:

Ofrecer un producto o servicio a una persona que desea o necesita ese producto o servicio.

Por supuesto, no es lo mismo vender un libro que vender una consulta de dentista. La facilidad de venta siempre depende de la necesidad (lo que en el mundillo del mercadeo se conoce como dolor) del consumidor. Un dentista solo necesita anunciarse una vez, al igual que un cerrajero. Si me duele una muela o si he salido de casa sin las llaves, recordaré enseguida que hay un dentista o cerrajero disponible. Sin embargo, tendré que ver muchas veces (y en situaciones muy concretas) un libro para tener el impulso de compra.

Esto es malo, sí, es una caca como una montaña de grande. Pero también nos enseña a ser más ingeniosos e imaginativos que otros sectores. Nos enseña que es la emoción personal (más que la pura necesidad de un dolor de muelas o una casa cerrada) la que dirige la compra, por lo que la relación con el lector es más importante que nunca.

Cuando aceptas esto, cuando aceptas que los libros, por muy buenos que sean, no se venden solos, descubres que vender y promocionar pueden ser procesos muy creativos. De hecho, cuando dejé de vender y promocionar como hacían los demás (ay, esos «¡visita mi página!» en grupos de Facebook…) y me decidí a enfocarlo como hacía con mi escritura (con humor, imaginación y ganas de experimentar), los resultados cambiaron bastante. ¡De repente, la gente quería leerme! ¿Y no es eso estupendo?

La clave está en tu contenido

Ana habla en su libro de formas distintas de las que disponemos para sacar rentabilidad a nuestra escritura, escribamos ficción, no ficción o diccionarios

de klingon. Como ella ya habla de todo eso de manera sucinta y amena, con sus ejemplos claros, a mí me gustaría insistir en otra cosa, que va muy unida a todo esto.

Dicen por ahí que el contenido es el rey (y que probablemente el SEO sea la reina… aunque algunos aseguran que ahora la reina es el SMO, la optimización de redes sociales). No importa, no importa. Da igual cuánto SEO aprendas, dan igual todos los truquitos que te sepas sobre cómo moverte en redes: si tu contenido es malo, aburrido o engañoso, vas a tener problemas. Un blog es una de las herramientas más poderosas que puedes tener como escritor, pero de poco sirve si ahí lo único que demuestras es que no sabes… eh… escribir.

En un encuentro de marketing digital en el que estuve hace algún tiempo, un experto en AdWords me dijo algo que se me quedó clavado: «No intentes vencer al SEO. Google siempre va un paso por delante ti. Por mucho que intentes gustar a Google, siempre valorará la calidad del contenido por encima de todo. Si intentas engañarlo con atajos y artimañas, sin cuidar la relevancia de tu contenido… bueno, allá tú. Google tiene un equipazo de los mejores programadores del mundo optimizando su algoritmo día a día. ¿Tú qué tienes?».

Tal vez no lo dijera justo con esas palabras, porque yo tengo cierta tendencia a la exageración y a lo dramático (y me encanta la palabra artimaña), pero este es mi prólogo y me lo teatralizo como quiero.

También me dijo otra cosa que viene bien recordar. Si no sabes lo que quiere tu público, pregunta. Pregúntales por email, pregunta mediante encuestas o formularios. Muchas veces te mentirán, ojo, porque en realidad poca gente sabe lo que quiere. Pero es un buen sitio para empezar.

Problemas comunes por los que nadie se queda en tu blog

Desde luego, la manera en que te presentes es importante. He visitado buenos posts que he abandonado enseguida porque eran palabras blancas sobre fondo oscuro. He abandonado blogs que tardaban demasiado en cargarse. Pero la buena escritura sobrevive, aun así (o por lo menos la que interesa a tu público). Cuando empecé a escribir sobre la atribulada vida del autor y la creación literaria, tenía una web horrorosa, pero las visitas comenzaron poco a poco a crecer. El diseño, el SEO, el SMO… son importantes, ¡casi cruciales!, pero nunca tan importantes como lo que cuentas y cómo lo cuentas.

Un buen artículo es todo un arte. No se trata solo de que sepas escribir, sino de que sepas escribir de una manera que convenza a tu público de que siga leyendo. Recuerda que vivimos en una nueva economía de la atención: si no captas a tu lector en el primer par de segundos, se marchará. Con frecuencia veo a blogueros que se preguntan por qué no obtienen conversión y lecturas pese a un diseño perfecto, con su formulario de suscripción perfecto, con sus palabras clave perfectas y toda esa pesca (perfecta). Entiendo muy bien su frustración, pero me temo que es inevitable. Estas son las razones más comunes que encuentro:

Una mala redacción. Ortografía pésima, muchas erratas, mala gramática, oraciones larguísimas llenas de subordinadas, barroquismo exacerbado, etc.

No decir nada, en realidad. Si me leo mil palabras donde no tengo ni idea de qué querías contarme, tenemos un problema.

Copiar, copiar y copiar. No hablo de hacer un copipega de otro blog (aunque también lo he visto), sino de copiar ideas, formatos o incluso formas de redactar. Nadie necesita leer cinco veces lo mismo. Las tendencias son útiles, pero solo hasta cierto punto. Y el contenido perenne a la larga da mejores resultados (y menos trabajo de reciclaje) que un contenido que caduque cada par de semanas (a no ser que la función de tu blog sea anunciar noticias o gestionar tendencias).

Falta de personalidad. Si me das buenos datos y tu información es válida, estupendo. Pero si quieres que compre tus libros… ay, necesito algo más.

Demasiada personalidad. En ocasiones, por intentar copiar el tono de otros blogs en vez de intentar desarrollar poco a poco la voz propia, encuentro artículos que son esperpénticos, forzados.

Búsqueda de polémica como cebo. En mi experiencia, tras años y años de moverme en la blogosfera, los blogs que intentan atraer visitas mediante críticas malintencionadas o salseo del facilón acaban muriendo poco a poco. La polémica atrae a cierto tipo de lector y genera un ambiente de malestar donde suele ser complicado crear fidelización.

Falta de comunicación. El protagonista es el lector, no tú. Esta es la razón por la que no tiendo a seguir cuentas de Instagram donde cada foto es un selfi. Eso será funcional para cuentas destinadas a personas interesadas en tu bonita cara, pero si tu público objetivo es el lector de misterio, vas a tener que crear contenidos que puedan interesar a un lector de misterio (y no hay capas de maquillaje ni

boquitas de pato que puedan cambiar eso).

La narración no es solo para tus novelas

Supongo que todo esto se resume en que bloguear también es un arte, con sus patrones, modas y reglas no escritas. Y quien dice bloguear dice crear contenidos periódicos para cualquier medio, ya sea de texto o audiovisual. Atrás quedaron los días de exposición-nudo-desenlace, como nos enseñaron en el colegio. Ya nadie tiene paciencia para la exposición. Métete de cabeza en el nudo, habla de tú a tus lectores, conversa con ellos con la intención de entretener y aportar valor. Engánchalos con cliffhangers, usa símiles que inspiren, ponte en su lugar y piensa en qué te gustaría leer. Esa forma de crear es parte de tu aprendizaje como narrador.

Porque la buena noticia es que el storytelling, como lo llaman ahora, el arte de contar historias, se usa con gran éxito en la escritura persuasiva: en los blogs, en los podcasts, en los canales de Youtube.

¿Y acaso no empezaste tú a escribir porque querías contar historias?

42 ideas para escribir un artículo irresistible

Es posible que este artículo tenga momentos algo extraños o delirantes.

Más de lo habitual, quiero decir.

Hoy vengo a teclear sobre ideas. Muchas, muchas ideas. Vengo a hablar de lo que los ingleses llaman prompts, y que aquí solemos llamar… ¿desencadenantes? ¿Pies? ¿Entradas? Cuando escucho esas palabras solo pienso en una escopeta con forma de extremidad, con sus dedillos y todo, cruzando una puerta.

Lo dicho: extraño y delirante. Por ahora me voy a quedar con ideas, a secas.

Uno de los problemas a los que se enfrentan muchos blogueros que empiezan (de todos los tipos) es que no saben sobre qué escribir. Digo que empiezan, porque suele ocurrir que cuando llevas mucho tiempo escribiendo publicaciones en webs y blogs, tiendes también a leer muchas otras webs y blogs, y el cruce de ideas hace que no suela faltarte inspiración. Pero incluso los profesionales tienen momentos de: «¿Y qué diantres digo yo ahora, si ya está todo dicho?».

¿Es cierto que ya no queda nada nuevo bajo el sol?

Eso nunca es cierto (del todo). Siempre se puede usar un nuevo enfoque, combinar cosas que en apariencia no tienen nada que ver, o presentar ideas revolucionarias y prácticas. Propuse algunas fórmulas para hacerlo, ya sea en ficción o ensayo.

Antes de empezar con todas estas ideas, conviene recordar que Guy Kawasaki, estratega de contenidos y mucho más, dijo que un buen artículo debía cumplir las siguientes funciones:

INFORMACIÓN. ¿Qué ha pasado? ¿Cuáles son los datos?

ANÁLISIS. ¿Qué significan esos datos?

UTILIDAD. ¿Cómo puedes ayudar a tus lectores con esos datos?

ENTRETENIMIENTO. ¿Cómo puedes hacer que esos datos sean más interesantes/divertidos?

¿Entendido? Vamos a lo que vamos: a las ideas. Algunas son mías y otras están sacadas de listas públicas de muchos profesionales, sobre todo de Problogger, de The New York Times y de Bianca Bass en Medium. Con esto tienes para rato. Son ideas pensadas para cualquier nicho, pero en cada una pongo un ejemplo para blogs literarios. Creo que casi todos pueden usarse en cualquier sector.

Sí, así es. Si te dedicas al marketing digital, al SEO o a cualquier cosa realmente técnica, no desestimes el valor de una buena historia para captar el interés de quien te lee. Ideas como «¿cuál es tu mejor recuerdo de infancia?» pueden parecer extrañas a alguien que está acostumbrado a escribir sobre Google Analytics, pero ¿y si ya en tu infancia te gustaba analizar cosas? ¿Y si observabas y contabilizabas la respuesta de tus compañeros cuando contabas un chiste? Yo estoy suscrita a boletines y correos de personas que venden cosas que no me interesan en absoluto, solo porque su manera de contar una historia es original y adictiva.

También te recuerdo que un buen artículo, si bien puede tener componentes personales (y eso funciona muy bien en aquello de contar historias o storytelling), debe estar siempre enfocado a aportar valor al lector. Así, si narras una historia personal, más te vale que enganche, que sea MUY divertida o interesante, y que concluya con algo que sirva a quien te lee.

¡IDEAS!

1. La guía para _____

Este es el artículo definitivo. Busca algo que la gente necesite. Probablemente sea un tema que otros hayan tratado de sobra, pero a lo mejor no hay una publicación comprensiva, que sirva como referente único.

Ejemplos:

La guía definitiva para leer a Antonio Machado.

Una guía completa para crear escenarios sorprendentes.

Guía profesional para no perderse en Poniente.

También: guía definitiva para leer en diagonal guías definitivas

2. Errores que cometen todos los _____

Por desgracia, los titulares que despiertan ansiedad o miedo a veces son los que mejor funcionan. Uno de mis artículos más visitados es 10 errores que hacen que la gente tire tu libro por la ventana. Todo el mundo quiere saber si está cometiendo esos errores.

Cuidado: este tipo de artículo se presta a polémica. Si das en el clavo, vas a tener a unos cuantos lectores cabreados precisamente porque cometen esos errores y quieren justificarse en público, no siempre de manera educada.

Algunos otros ejemplos:

20 errores que cometen todos los lectores de Crepúsculo

Errores que cometen todos los poetas principiantes.

30 cosas que estás haciendo mal al comer cereales.

Por ejemplo: ¿sabías que solo se pueden comer cereales en boles que sean de un color complementario? Consulta a un experto local de Pinterest (o Instagram) si no terminas de verlo claro.

Como ves, es que existe esa otra variante:

3. X cosas que estás haciendo mal

Con esta entrada vamos a meter el dedo en la llaga:

10 estereotipos que estás usando fatal en tu novela

9 cosas que estás olvidando cuando lees a Heinlein

5 tipos de trama que me tienen frita

Obviamente, mi lenguaje puede ser más coloquial que el tuyo. Adapta a discreción.

4. X hábitos que deberían desarrollar todos los _____

(Pongo la X donde iría el número que tú quieras. Recuerda que para artículos cortos funcionan bien números como el 7 o el 9; si tu público está acostumbrado al longform-o-artículo-largo-de-narices, el número es mejor cuanto más alto. Mi artículo con más de 100 consejos de escritura sigue funcionando muy bien, aunque lo escribí en 2014).

Este es otro clásico. Está muy visto, pero sigue funcionando. Piensa en tu sector, en tu área de experiencia, y analiza aquellas costumbres o rutinas que tienen personas destacadas. Si consigues minientrevistas con ellos, mejor que mejor,

Ejemplos:

5 hábitos que deberían desarrollar todos los escritores de ciencia ficción

5 hábitos que debes implementar si quieres leer más libros

10 hábitos que deberías desarrollar si quieres escribir más rápido

Hay otra versión de este tipo de artículo que capta aún más el interés de los lectores, y es el consabido (pero siempre funcional) Las 10 cosas que los (inserte profesión aquí) de éxito hacen de forma diferente. ¿Quién no tendría curiosidad para saber qué es lo que distingue a Stephen King, Jonathan Franzen o Rafa Nadal del resto de los mortales, aparte de sus resultados? ¿Cuál será su secreto y cómo podrías tú aplicarlo?

Lo de Franzen es hablar (mucho) de pájaros y despotricar contra Twitter, pero a cada uno lo suyo.

5. X cosas que ojalá hubiera sabido cuando empecé

Tal vez este también se está repitiendo demasiado, pero sigue siendo un punto de partida interesante. Puedes vestirlo con otras expresiones, como por ejemplo:

10 grandes errores que cometí cuando empezaba a escribir

5 cosas que ojalá me hubieran contado sobre la construcción de mundos

9 cosas que yo no sabía sobre estudiar literatura

(Si me hubieran hablado de la comida de la cafetería de la facultad, por ejemplo, igual me lo habría pensado).

6. Una introducción a _____

Este es similar a la guía, pero dejas claro desde el principio que está orientado a principiantes. Por mucho que sepas sobre un tema, piensa que siempre hay mucha gente ahí fuera que acaba de empezar.

Ejemplos:

Una introducción a la mística en Santa Teresa de Jesús.

Una introducción a la creación de personajes

70 trucos para sacarle brillo a tu novela: Corrección básica para escritores

(Ese último ya está cogido).

7. Sobre tu mentor

No me gusta nada eso de mentor, porque parece que se te ha aparecido Yoda y ha guiado tus pasos hacia la Fuerza usando caramelos con sabor a clorofila mientras anda como Chiquito. Pero es un término que nos sirve en esta circunstancia: escribe sobre la persona que ha tenido más impacto en tu vida. Y ni eso: basta con que sea alguien que te haya inspirado en algún momento.

Algunos ejemplos:

De cómo mi madre tiene la culpa de que yo escriba

De cómo Mimmi Kass nos enseñó a leer novela romántica

La persona que me enseñó a leer solo lee tres libros al año

Puedes pinchar o no en cualquiera de esos títulos, pero son bastante más atractivos que Me llamo Marta y vengo a hablar de mis libros como título de un artículo, creo yo.

8. Los x _____ que más me han influido

Similar al anterior, pero en formato lista y referido no solo a nuestro entorno. Esta es otra idea que es aplicable a cualquier sector. Para los que leemos y escribimos, hay opciones evidentes:

Los 5 escritores que más me han influido

Las 10 mujeres que me impulsaron a leer

Los 18 personajes que yo querría haber escrito

9. Por qué eres diferente a los demás

Aquí también es fácil caer en la arrogancia o en la chulería, pero bien hecho puede ser todo un aliciente para tus lectores y clientes potenciales:

Por qué mis correcciones son mejores que las demás

Por qué no querrás dejar de leer este libro

Mi fantasía no se parece a tu fantasía y puedo demostrarlo

10. Información sobre tu sistema de trabajo

A los lectores les encanta conocer rutinas ajenas, sobre todo si estas son llamativas (diferentes, especialmente disciplinadas, etc.). También les gustan los métodos y sistemas, porque estos son prácticos y permiten aplicación inmediata. A lo mejor no les interesa algo específico sobre tu libro, a lo Cómo escribí El baile de los zombis borrachos, pero algo más general sí puede llamar su atención. Algunos ejemplos:

La mejor rutina para un escritor

Cómo consigo leer 5 libros a la semana

Escribir tres novelas en un año es posible

Cómo dar una pastilla a un gato.

(El último es de bromita. Ni el clickbait más potente nos convencería de que existe algo así).

11. Entusiásmate con una película o libro

Si hay alguna película o libro que realmente te haya impactado, habla sobre ello. Sobre todo en el caso de obras más o menos populares (no demasiado, o tendrás mucha competencia), esto es excelente para tu SEO: cuanto mejor sea tu opinión y más visitas vayas consiguiendo, más subirás en la escala de Google para esa obra en concreto. Si además ofreces una interpretación algo original o diferente, más posibilidades tendrás de destacar.

12. Escribe sobre tus miedos

Sobre todo si son miedos que sabes que compartes con tus compañeros de sector:

Las 9 cosas que no me dejan dormir por las noches

10 miedos que tenemos todos los escritores

Los 20 miedos más terribles del lector

Por qué tengo pánico a mandar un manuscrito

Si no tienes miedo de darle al botón de «publicar», no es un buen artículo

13. Escribe sobre tu infancia

No sé por qué, a los lectores les encantan las historias de cuando éramos pequeños. Yo tengo miles de historias de cuando era niña, pero creo que ninguna es muy interesante (bueno, tal vez aquella en la que hice un estriptis en una joyería, pero en mi defensa diré que solo tenía dos años).

La idea no es escribir sobre tu infancia porque sí, sino utilizar una anécdota para llegar a alguna conclusión o desarrollo relacionado con el sector en el que te mueves. Hay muchas variaciones sobre esta idea, por ejemplo:

Habla de cuál era tu posesión más preciada y por qué (si eres escritor o lector, puedes hablar de tu primer libro o de tu primera visita a una biblioteca).

Cuéntanos cuáles eran tus dibujos animados favoritos (tal vez ya entonces te impresionaban los personajes bien construidos, la construcción de mundos o la descripción de escenarios).

Dinos qué creabas en tu infancia. A mí esto me fascina: ¿dibujabas, escribías, hacías marionetas recortables? ¿Cómo puedes relacionar eso con tu creatividad actual?

14. Escribe una carta a tu yo del pasado

Esto funciona muy bien para artículos del tipo «cosas que me habría gustado saber cuando empecé», pero también como una reflexión acerca del camino hacia la madurez, ya sea esta profesional, personal o creativa. Yo lo hice con mi post 9 cosas que le diría a la niña que empezó a escribir. Fue una experiencia muy provechosa reflexionar sobre mi propia evolución. Este es un artículo que además se presta también a una buena interacción: pregunta a tus lectores qué dirían ellos a su yo del pasado. Te aseguro que salen cosas muy interesantes.

Prueba también a escribir una carta a tu yo del futuro. ¿Qué esperas de ese yo? ¿Y qué pretendes hacer para alcanzar esas metas?

Hay una variante más: escribe una carta a un viejo amigo o amante. Una carta que nunca enviarías. Es otra forma de narrar cuestiones íntimas y personales que despierten la curiosidad del lector, sobre todo si consigues enlazarla con algo aplicable a tu sector.

Querido Marcos: solo te escribo en este libro tan público como experimento íntimo y personal de comunicación sincera. Solo quería decirte que nunca me gustó esa birria que llamabas «pasta». Ninguna de las 57 veces que la preparaste.

PD.: Todos mis orgasmos eran fingidos.

15. Escribe sobre aquello que te inspira

Para cualquiera que trabaje en algo creativo (y hasta la profesión más mundana puede tener aspectos creativos) siempre resulta interesante saber qué utilizan otros para encontrar buenas ideas. Hay varias maneras diferentes de enfocar esto. Aquí propongo algunas:

Enumera productos de ocio que te inspiran (libros, películas, música, etc.).

Entrevista a otros creativos para ver qué funciona para ellos (lo que en el mundillo —donde parece ser que no usamos una sola palabra española para nada— se conoce como un roundup).

Narra una anécdota personal sobre algo que te inspiró para crear un producto concreto. No hace falta ser Gene Wolfe y escribir una serie de fantasía superventas mientras inventas la máquina de las Pringles, porque todos no podemos ser Gene Wolfe y escribir una serie de fantasía superventas mientras inventamos la máquina de las Pringles, pero seguro que algo tienes metido bajo la manga.

16. Escribe sobre tu relación con el dinero

De entrada, evitaría escribir el típico artículo trágico acerca de cómo no llegas a fin de mes. No es que eso no sea importante ni dramático, es que —y esta verdad es horrible— a nadie le importa. A no ser que estés haciendo algún tipo de reivindicación social o exponiéndolo como acusación y crítica a tu sector, no es recomendable. Sí, todo el mundo sabe que la cosa está difícil y un porcentaje alto de tus lectores está en las mismas que tú. No leen tu blog para que se lo recuerdes. Siempre es mejor enfocarlo de una manera positiva: cuáles son tus metas y cómo pretendes aumentar tus ingresos en los próximos años, por ejemplo.

A los lectores les interesan reflexiones acerca de la mentalidad de la persona creativa para con el dinero. Ahí van algunas ideas para artículos concretos:

Qué harías (como escritor) si de repente te tocara el Euromillón

Analiza modelos de la industria. Por ejemplo: ¿qué diferencias en rentabilidad ves en autopublicación, coedición, uso de servicios editoriales, edición tradicional u otros modelos?

El síndrome del impostor: ¿tú también crees que no mereces cobrar por tu trabajo?

¿Cuándo consideras que se puede trabajar gratis?

¿Qué es lo peor que has hecho por dinero? ¿Y lo mejor?

Comparte con tus lectores tu progreso en cuanto a ingresos de tus libros o productos (esto lo hizo, por ejemplo, Miguel Ángel Alonso Pulido).

Y ya que hablamos de informes y balances…

17. Haz balances periódicos

Te aseguro que hay blogs que sigo solo por sus balances mensuales. Me encantan y sé que no soy la única. Decía el listísimo Peter Drucker que lo que se mide es lo que se puede gestionar, así que realizar un balance de tus objetivos mensuales es muy positivo para ti y además es interesante para tus lectores, porque los anima a seguir tu progreso y a empatizar con tu causa.

Los balances pueden ser de cualquier cosa, siempre que estén relacionados con tu progreso en el sector al que te estás dirigiendo. En su momento hice balances periódicos de mis progresos con determinados hábitos (por ejemplo, ejercicio), pero en cuanto supe que quería enfocar el blog más hacia escritura y lectura, preferí concentrarme en el hábito diario de la escritura, como es lógico.

Por cierto, los recuentos de palabras también me parecen fascinantes. Pero no los pongas a diario en tus cuentas de redes sociales, ante contactos a quienes les va a parecer más pesado que comer arroz de noche: crea artículos específicos de blog donde apuntes ese progreso y lo expliques, en fechas claras que los lectores reconozcan como «día de informe», y vístelo con datos y gráficos atractivos.

18. Habla de tus herramientas favoritas

A lo mejor no eres tan fetichista como yo para estas cosas. O a lo mejor, sí, porque a muchos les gustaron los artículos que hice sobre los lápices, bolis y cuadernos que usaban otros escritores (¡con fotos!).

Estoy segura de que no soy la única que suspira cuando ciertos artistas enseñan sus pinceles, papeles y pinturas. No hablemos ya de plumillas y tintas, que me desvanezco cual dama victoriana enamorada y algo anémica.

Pero no tienes que ser tan analógico como yo. También nos gusta saber qué apps recomiendas, qué programas usas para tu trabajo (y ya si escribes guías sobre cómo usar esos programas… mejor que mejor) y cómo es tu entorno cuando te sientas a teclear.

Puedes ir hasta un paso más allá y plantearte lo siguiente: ¿con qué herramientas (u objetos o recursos) no podrías vivir? ¿Y qué salvarías de tu casa en llamas?

19. ¿Con quién te gustaría tomar un café?

O un té, claro, o un vino o una sidra. Las entrevistas no atraen tantas visitas como muchos creen, a no ser que consigas entrevistar a alguien importante o si

consigues darle un enfoque útil y original a tu formato (a mí me gustan mucho las entrevistas que hace Lifehacker a personas destacadas de distintas industrias, preguntándoles por su rutina de trabajo). Pero claro, no todo el mundo consigue que gente como el cofundador de Paypal le diga que sí al pedir una entrevista.

Hasta que llegues a ese nivel, ¿por qué no realizar entrevistas imaginarias? Imagínate qué le preguntarías a tu autor favorito, imagínate cómo sería tener de vecina a tu actriz favorita o cómo sería poder conversar con grandes pensadores del pasado (¡o del futuro!).

20. Notas y recortes

Todo buen redactor conoce la importancia de tomar notas. Ya sea con cuaderno y boli, con Evernote o pantalla táctil, tablillas de cerámica o los intestinos de una cabra, el ser humano sabe de la importancia de transferir sus pensamientos o recuerdos a algo más fiable que su memoria. Otro tipo de artículos periódicos que pueden funcionar bien dentro de un blog son los que recuperan lo mejor de tu semana/mes, en forma de notas, imágenes, citas o enlaces.

Yo misma mantuve durante un tiempo una sección de «recortes de la semana» que tuvo su seguimiento, donde compartía todo aquello que había leído que me había llamado la atención y lo comentaba. Reconozco que abandoné la sección porque llevaba mucho tiempo crear uno de esos artículos y ya no podía mantener el ritmo semanal, y porque otro tipo de artículos me funcionaban mejor. Pero eso no quita que durante un tiempo fueran un buen reclamo, cuando mi blog todavía estaba arrancando.

Compartir ideas y enlaces de otros te hace ganar por dos lados: primero, no quedas como el típico autor egocéntrico (se nota que te interesan otras cosas aparte de tus propios productos) y, segundo, creas buena predisposición con aquellos a los que recomiendas (y hay más posibilidades de que compartan tu artículo).

Algunas ideas:

Lo mejor que he leído este mes

Los mejores artículos de la blogosfera de esta semana

Las siete imágenes de la semana

Y si todo falla, acuérdate de poner (más) fotos de gatos.

21. Cuenta lo que nadie cuenta

Atrévete a contar los entresijos de tu sector. Este es uno de mis tipos de artículo favoritos. Ahí van algunos ejemplos:

La dolorosa verdad sobre lo que gana un escritor

Todo lo que no te cuentan sobre los contratos editoriales

Una realidad sobre la piratería a la que no queremos enfrentarnos

Pero cuidadín con este tipo de cebo. Estos titulares son poderosos porque juegan con el morbo y la curiosidad del lector. Más te vale complacer esa curiosidad, no llenar el artículo con cosas sabidas y tópicas que no sorprenderían a nadie.

Es posible que des también con alguna que otra polémica. Decide de antemano qué política seguirás para mantener un ambiente de cordialidad y respeto en tu espacio. La controversia atrae visitas, y un debate racional es siempre positivo, pero los insultos y la mala educación crean una sensación de inseguridad que a largo plazo no te interesa para tu plataforma, a no ser que tu marca personal esté basada en eso.

22. Recursos

Ya sea un listín telefónico de los mejores peluqueros de perros de tu provincia, una galería de los mejores memes de la historia o una pila de enlaces a diccionarios especializados de gato-escritor/escritor-gato, los recursos en un blog son muy muy valiosos. Piensa qué recursos usas tú a diario. Tal vez a ti te parecen evidentes, pero no tienen por qué serlo para gente que empieza (e incluso los muy avanzados pueden encontrar algo de interés). Ahí pongo algunos ejemplos de recursos que serían útiles para los que nos movemos en el mundo literario:

Una lista de profesionales recomendables (correctores, maquetadores, ilustradores, etc.). Es muy importante que tengas conocimiento concreto de la validez de estas personas, por tu propia reputación e imagen.

Una lista de libros excelentes para la gente de tu sector: libros sobre escritura, narratología, marketing, etc.

Una lista de los mejores blogs literarios (o los que más sigues). Sí, sí, de esto

se han hecho ya mil artículos. Pero da igual. Siguen funcionando. La gente los lee para descubrir blogs o páginas de contenidos que no conocen.

Una lista de bancos de imágenes (gratis o de pago).

Un apunte: a veces me escriben personas que quieren incluirme en alguna lista de recursos, pidiéndome permiso. Cada vez que alguien enlaza a mi blog de manera positiva es un gran favor que se me hace, así que, de verdad: no es necesario pedir permiso. Yo estaré eternamente agradecida.

23. Enfréntate a los problemas reales de tu sector

Tú tienes problemas y a lo mejor solo hablas sobre esos problemas. Pero tú eres tú, ¿qué hay de tus lectores? Prueba a hacer una encuesta en tus redes sociales y en tu lista de correo: pueden surgir cuestiones que no te esperabas. Explica a los demás cómo has conseguido soluciones a esos problemas (si las has conseguido) o propón ideas que tú estás llevando a cabo.

Esto siempre ha sido un choque de realidad para mí. Hace algún tiempo me invitaron a dar un taller en un congreso de novela romántica. En mi experiencia y en todo lo que he hablado con otros escritores, la corrección es un obstáculo enorme. Por eso escribí mi libro sobre corrección, intentando hacerlo fácil y ameno para ayudar a los que estaban en esa situación. Por eso, cuando la organización del taller quiso contar conmigo, porque insistía en que el sector necesitaba aprender a corregir, me pareció fenomenal.

Y aprendí, una vez más, que lo que el sector necesite o deje de necesitar no tiene nada que ver con lo que el sector quiere. Yo estaba acostumbrada a otro tipo de escritor y conocía sus problemas. El sector de romántica (o esta parte concreta de dicho grupo) no quería aprender sobre corrección, porque una cantidad grande de creadores en ese sector tiene que producir muy muy rápido para un público que quiere leer mucho, y que tiende a ser menos exigente con la cuestión formal que otro tipo de lector. Así, a mi taller se apuntaron solo cuatro o cinco personas y decidimos cancelarlo, ya que no era rentable para nadie. Sin embargo, talleres sobre adaptación al cine o creación de guion fueron muy populares.

¿Significa eso que ese sector es peor? No, significa que tiene intereses diferentes y yo no me preocupé por investigarlos.

El mercado es el que es: no culpes al mercado por no interesarse por lo que solo a ti te interesa.

24. El principio y el final

¿Por qué empezaste a hacer lo que haces (leer a Joyce, escribir cartas eróticas, criar triceratops…)? ¿En qué momento estuviste a punto de dejarlo (¡o lo dejaste!)? Siempre que se cuente con un enfoque final en el lector, nos gusta saber del viaje personal de alguien, sobre todo si podemos extraer conclusiones que nos sirvan a nosotros también.

Ahora sí, si tengo que leer otro artículo de «por qué empecé a escribir», haré algo muy desagradable. Solo funcionará si lo que me cuentas es útil y original. O si dices que mi blog tuvo algo que ver. Entonces me parecerá fantástico.

Y cuéntanos una historia de antes y después. Como en las fotos de los anuncios de productos para perder peso. Eso siempre nos fascina.

25. Cómo lidias con lo negativo

¿Cómo tratas a tus críticos? ¿Y a los troles? ¿Qué dices a los que no entienden tu profesión?

No se trata de que entendamos más sobre ti (aunque también), sino de que nos proporciones herramientas para lidiar con un problema que nos afecta a todos los que escribimos online: los haters. Y sí, también deberíamos aprender a lidiar con los críticos constructivos, deberíamos aprender a verlos como una oportunidad de progreso y mejora en vez de como enemigos.

Eso es difícil, ¿eh?

No solo se trata de hablar de la recepción de tu trabajo. También puedes hablar de factores externos o internos.

¿Cómo lidias con la procrastinación?

¿Cómo se escribe con trastornos de ansiedad o depresión?

A lo mejor no estás preparado/a para hablar ahora mismo de tus dificultades más dolorosas. Pero lo estarás, algún día.

26. Tu artículo «bola de cristal»

Venga, mójate. ¿Cómo ves tu sector dentro de cinco, diez o veinte años? Es

probable que te equivoques de cabo a rabo. Pero será MUY divertido volver la vista atrás en el futuro y ver cuánto tienes de Nostradamus y cuánto de Rappel.

Por otro lado, creo que todo redactor debe tener un artículo Bola de cristal del estilo del programa legendario de televisión. Un artículo algo surrealista e irreverente, del que probablemente se avergüence en unos años. Yo tengo un par y a veces me siento tentada de borrarlos, pero que me quiten lo bailao.

27. Un artículo sobre tu cuerpo

No me refiero a que escribas 10000 palabras sobre la imposición del canon imposible de belleza en nuestra sociedad y de cómo te ha llevado a un enfrentamiento constante con tu propia imagen. Que puedes (y yo me lo leería), pero me refiero más bien a que en cada sector hay unas exigencias físicas, de salud. Por ejemplo, hay un artículo muy útil de Rocío Vega sobre el cuidado de la espalda, las manos y la postura para los que escribimos.

Hay escritores que hablan de su relación con el yoga, la natación, el tenis o la pelota vasca. Puede estar bien salir un poco de la tónica de siempre y hablar del cuidado de uno mismo: ya sea mediante una buena higiene de sueño, una buena alimentación, ejercicio físico o ciertas prácticas que nos permitan, también, descansar el cerebro. A mí lo que más me ayuda es la meditación, pero cualquier tipo de relajación es muy útil para los que estamos día tras día delante de un ordenador, saturados de información y sobrestímulo.

28. Cómo conseguir algo gratis (o por poco dinero)

Seamos sinceros: los que vivimos de esto de teclear no somos los más ricos del mundo, sobre todo cuando no llevamos demasiado tiempo haciéndolo. Queremos saber cómo y dónde conseguir conocimientos y recursos sin gastar un duro. Y en algunos casos (por lo menos al principio), eso se puede hacer.

Aparte de las listas ya mencionadas de recursos, comparte cómo aprendiste a hacer algo muy útil… sin gastar nada. Un buen ejemplo de esto es lo que está haciendo en su blog David Olier. David siempre recomienda que se recurra a profesionales en cuanto a la autopublicación, pero también entiende que no siempre es posible, y explica algunas maneras de hacerlo «en casa». Y confieso que me sorprende que a nadie se le ocurriera hasta ahora (creo) hacer una serie así, tan ordenadita y práctica, que cubriera tooodos los pilares de publicar tu propio libro a un coste ínfimo.

Puedes compartir todos los cursos y métodos (remunerados) que quieras (y debes), pero para aquellos que empiezan siempre está bien que proporciones servicios, webs y productos necesarios que no les costarán ni un mísero centavo de dólar venusiano (y mira que el dólar venusiano se ha devaluado últimamente).

29. Tus miedos

Aquello que no te habrá de matar te hará más fuerte (o algo así decía Nietzsche y nadie parece ponerse de acuerdo sobre qué causó su muerte, pero aquello debía de ser fuerte de narices). Mientras, hablemos de lo que nos aterra, hagámonos vulnerables y contemos a los demás qué es lo que a los de nuestra profesión, industria o sector es lo que nos hace tener sudores (aparte de los cuarenta y pico grados celsius que todos nos hemos comido en algún festival o feria del libro).

Vaya, acabo de darme cuenta de que he repetido lo de escribir sobre tus miedos. Pues me viene de perlas; podríamos cambiar el encabezado de esta sección por:

29. Escribe sobre algo de lo que ya se ha escrito, pero desde otra perspectiva diferente

Esto lo hacen muy bien Ana González Duque y Jaume Vicent en MOLPE. Cogen un tema del que ya hemos hablado mil veces, pero lo enfocan desde un punto de vista original y siempre aportan contenido nuevo y refrescante.

Por ejemplo, en el artículo Cómo sobrevivir al marketing online para escritores, Ana coge una queja típica (¡estoy hasta el moño del marketing!) y le da la vuelta, dándole además un símil constante con la aventura de escalar una gran montaña y vivir para contarlo.

30. Productividad

Lo mires como lo mires, todos los sectores tienen una cosa en común.

A todos nos falta tiempo.

Y casi siempre es porque somos incapaces de organizar nuestras prioridades, por aquello de que además de trabajar para comer se supone que tenemos que ejercitar mente y cuerpo y ser mejores personas y padres y hermanos y amantes y blablá.

Cualquier cosa que puedas ofrecer a los demás que les sirva para hacer las cosas mejor y más rápido es bueno. A veces, leerán tus métodos porque hay cierto tipo de persona adicta a leer los métodos de productividad de otros. Otras veces a lo mejor hasta te hacen caso.

Esas veces serán pocas, pero… eh. Te juro que hasta puedes cambiar la vida de alguien.

(Para bien, se entiende).

31. El método definitivo para _____

Ya hemos hablado de buscar los problemas de tu sector e intentar solucionarlos. Y también de las guías, definitivas o no. Pero cuanto más práctico sea ese tutorial que ofrezcas para solucionar algo muy concreto, más lo agradecerán tus lectores.

Si miramos el mundo de la escritura, sí, está difícil. ¿Cuántos métodos hay ya para construir personajes, ambientación, tramas…? Busca, busca, que en los sitios más insospechados están los procesos de los que nadie está hablando todavía.

Por ejemplo: yo encontré una forma muy curiosa de dar redondez a tus protagonistas mientras escuchaba un podcast. También podría darles más de comer, pero todos los autores somos seres crueles en el fondo.

32. Todo lo que aprendí leyendo _____

Una cosa es hacer una reseña y otra cosa es hacer un resumen anotado de lo aprendido de una obra valiosa. Otro de mis artículos más visitados, 15 trucos para convertirte en el rey de las redes sociales, que has leído en este mismo apartado, es en realidad un «mirad todo lo que he aprendido de este libro».

Tiene que ser un buen libro, que aporte conocimientos de interés. Y no vale solo citar, copiar, plagiar, sin aportar nada. También ayuda, como fue mi caso con ese artículo, aplicar los consejos del libro y resumir a los lectores cuáles han sido tus resultados.

Esto no solo vale para libros, sino también para personas (como cuando expliqué todo lo que podemos aprender los escritores de David Bowie, Steve Jobs o Picasso), o para convenciones y conferencias a las que asistamos.

33. El shoutout

Antes de que mis lectores me apedreen por otro anglicismo, explico qué es eso del shoutout, ya que todavía no encuentro el equivalente en nuestro idioma. En blogs, lo de shout out (decir a gritos) es cuando mencionas, de manera positiva, a otros compañeros del sector.

Esto lo puedes meter en la sección de listas o recursos o entrevistas, no importa. Pero es una manera versátil de hacer networking de ese y vestir bien tu artículo. Por ejemplo, puedes hablar de cinco escritores que tienen blogs excelentes o de diez personas que deberías seguir en Twitter si quieres aprender a fabricar tu propio cohete. Puedes mencionar veinte cuentas de Facebook que te hacen reír o treinta cuentas de Instagram que te hagan sentirte mal con tu cuerpo. Lo que más te convenza.

34. Los retos

Pocas cosas funcionan como un buen desafío. Nos encanta que te pongas en el punto de mira, que prometas algo difícil.

Puede ser escribir a diario durante treinta días, puede ser abandonar las redes sociales durante seis meses… esas mierdas nos entusiasman.

¡Sobre todo si faltar a tu palabra tiene consecuencias!

Muchos blogueros hacen promesas que luego no cumplen. Pero cuando los ojos de tu público te juzgan y ese mismo público se relame como tu gato cuando te despistas y dejas algo de leche en el bol del desayuno, sabes que no tienes más remedio que ser fiel a tu palabra.

Hubo por ahí un bloguero, ahora no recuerdo quién, que prometió degustar comida de su gato si fallaba. Uf, ya, ya sé que me repito mucho con lo de los gatos, pero prometo que esto es verídico. Falló y comió. Y ya he mencionado en este libro la historia del bloguero que contrató a una chica para que le partiera la cara cada vez que se conectaba a Facebook.

Tú eliges el reto.

Nosotros leemos y reímos. Pero leemos.

35. Cuándo es hora de dejarlo

Hablamos mucho de metas y objetivos y obstáculos y lucha personal y etc., pero pocas veces hablamos de ese momento de indecisión: ese momento en que nos planteamos si seguir con lo que estamos haciendo o dejarlo. Seth Godin llamaba esto The Dip (aquí se tradujo como El abismo) y es algo con lo que peleamos en muchos momentos de nuestra vida.

A lo mejor tú has abandonado ciertas cosas que en su momento eran importantes para ti. ¿Por qué no nos lo cuentas?

Por ejemplo, queremos saber cómo conseguiste abandonar tu adicción a las pipas barbacoa del Mercadona. Y cuando digo «queremos» en realidad quiero decir «quiero». Por favor. Ayuda.

36. Dos versiones

Piensa en algo que preocupa a los de tu sector o piensa en algún tema que esté de moda. Ahora, entrevista a dos personas con visiones opuestas sobre ese tema (o cita y explica sus propuestas).

Nada está escrito en piedra (¿de dónde viene ese dicho? ¿Quien lo inventó nunca había visto una lápida?) ni sirven de nada las opiniones en blanco y negro. Un enfrentamiento de percepciones de dos personas inteligentes dará la posibilidad a tus lectores de reflexionar más a fondo sobre algo que les interesa. Puede ser algo tan profundo como cuestionarse la validez de un modelo editorial o puede ser algo más técnico, como cuando Cris Mandarica se preguntó si era mejor WordPress o Blogger para redactores que empezaban allá por el Pleistoceno en 2015.

37. Redes sociales

Nos guste o no, están aquí para quedarse (como concepto, por lo menos. Veremos cuántas siguen llamándose igual dentro de siete años) y cualquier aportación que puedas hacer a cómo los profesionales de tu sector pueden sacar rendimiento de Facebook, Twitter, Instagram o Pinterest siempre es de agradecer.

Sí, se ha escrito mil veces sobre cómo ser escritor en Twitter. Busca cosas más concretas, como maneras más sencillas de automatizar tu estrategia de contenidos o sobre cómo crear un perfil atractivo o de cómo ciertos filtros de Instagram hacen que algunos libros parezcan regalos enviados por los dioses en vez de tochos de papel repletos de personajes planos y faltas de ortografía.

38. Leyes, fiscalidad y otras cosas aburridas

Lo malo de las cosas aburridas y necesarias es que son aburridas pero necesarias. No hay muchos artículos ahí fuera que traten de manera comprensible y sencilla la fiscalidad de determinadas profesiones, la legalidad de datos en email marketing, dónde y cómo encontrar un dominio en condiciones y otras cuestiones importantes pero somníferas.

Como nadie quiere hacerlo, vas a ser primerito en la lista de Google. Porque la gente sigue buscando.

Me sigue pareciendo alucinante que hoy, editando este artículo en 2019, me cueste encontrar una publicación en la blogosfera que explique bien, de manera práctica y detallada, cómo se declaran los ingresos de Amazon a Hacienda.

«¿Y por qué no lo haces tú, listilla?», me dirás, con toda la razón del mundo.

A mí no me mires, que yo ya escribí un libro entero sobre gramática y ortografía. ¿Has intentado tú hacer divertido el uso de la tilde en interrogativos?

Ya imaginaba que no.

39. Vídeos, vídeos, vídeos

No hay que hacerse estrella de Youtube para sacar rendimiento al vídeo. Te puedes marcar un Buzzfeed y crear un post que no sea más que una lista interminable de minivídeos y gifs, pero sé que todos mis lectores son muy serios y todavía creen en el arte de la palabra.

Eso no quita que un artículo donde hagas una recopilación de booktrailers, de vídeos musicales inspirados por libros o de, por qué no, Leonard Cohen marcándose un Lorca, pueda tener su atractivo.

Y sí, de ahí a ser booktuber solo hay un paso. Pero no tiene por qué ser algo malo. Dicen que el vídeo es el futuro (o de eso intentan convencerme, constantemente, cada vez que me preguntan: «¿y tú no te has planteado hacer vídeos?»).

¿Uf, ponerme ropa de persona a diario, maquillarme y fingir que vivo en un sitio ordenado y limpio en vez de poder trabajar en pijama en mi entorno de caos habitual? Quita, quita.

De ahí a usar el Skype con cámara solo hay un paso pequeño y peligroso.

40. Habla del lenguaje

Nosotros que somos escritores hablamos mucho del lenguaje, porque es nuestra herramienta, y nos quejamos de cómo usamos tal o cual palabra, gerundio o pluscuamperfecto pasivo de voz media. Pero en cualquier sector vale ponerse un poco meta y analizar cuáles son nuestras muletillas, fallos y repeticiones más absurdas.

Puestos a pensar, también valen los artículos que realicen una crítica (sin apuntar mucho con el dedo, que ese dedo también te puede señalar a ti) a nuestra industria o a la propia redacción digital. Seguro que hay aspectos de este mundillo que te exasperan, exigencias que te soliviantan y necesidades que te derriban.

41. Qué hay de los mitos

Hace poco leí en Quora una pregunta muy interesante. Era: «¿Cuál es el "las vacunas causan autismo" de tu sector?».

¿Qué mitos y medias verdades te ponen en modo berserker? ¿Qué mentiras de gente poco informada sacan lo peor de ti? A mí, por ejemplo, siempre me desespera eso del talento, eso que ves en pelis y series de que el escritor se rasca la tripa ocho meses y de repente saca su máquina de escribir y se pone y en una noche te ha escrito la Gran Novela Americana. Borracho.

Solo de pensarlo estoy temblando de ira y frustración.

Por suerte, llegamos ya a la última propuesta.

42. Escribe una lista de 42 ideas para escribir artículos de blog

¿Y por qué no?

Podrían haber sido 5, 10, 33, pero no. Tuve que parar en algún momento. Ya sabemos que el 42 es un número mágico.

Yo te reto.

¿Serías capaz de escribir una lista de 42 ideas para artículos de blog? ¿O para vídeos de Youtube? ¿O publicaciones de Instagram?

Ojo, deben servir para tu sector y ser ideas atractivas, que los lectores vayan a disfrutar. No vale decir: «Punto 18. Hablar sobre la bicicleta que robaste con cinco años», a no ser que ese robo de bicicleta fuera lo que te llevó, por una serie encadenada y fabulosa de eventos, a convertirte en el redactor particular de Edredón Mimosa 800, emperador intergaláctico de la tercera división de Anchoa 88, quien acabará gobernando nuestro propio sistema solar dentro de apenas 3 años luz, como todos sabemos.

¿Podrías encontrar 42 ideas más para todos tus compañeros de blogging, redacción y arrejuntamiento de letras en pantalla en general?

Yo te reto.

¿Debe el autor ser una marca? Seis preguntas que no nos estamos haciendo

Voy a hacer algo horrible.

Solo espero que, en la generosidad de su bello corazón, mis queridos lectores sepan perdonarme.

Es horrible, en serio.

Hoy voy a hablar de Miley Cyrus.

(Gabriella se agacha para resistir la oleada de tomates y abucheos y alguna que otra mesa maltrecha. ¡Os tengo dicho que botellas de cristal aquí no!).

Miley Cyrus viene muy al caso del tema que trataré ahora, por increíble que parezca. Sí, voy a hablar de branding para escritores.

(Observo, triste, que varios lectores potenciales levantan su mirada del libro que tienen entre manos y están ya a punto, ¡qué cerca!, de usarlo como tope para la mesa coja del salón).

Espera, espera, tú que lees estas líneas. Te prometo que compensa.

Hace algún tiempo leí un artículo en Mundopalabras que despertó conversaciones animadas entre varios compañeros escritores acerca de qué significaba el branding o la marca personal para un artista, sobre las implicaciones éticas y personales.

Reconozco que soy una rara ave (aunque muy plumosa y multicolor) en esto del mundillo escritor, por aquello de que acepto (y disfruto) del mercadeo como forma de promoción si se hace de manera respetuosa e inteligente, pero a la vez desconfío de sus trampas. Es muy fácil, demasiado fácil, empeñarse en vivir solo del arte y renegar del mundo que no entiende tu sublime talento. Del mismo modo, es muy fácil, demasiado fácil, dejarse llevar por los cantos de sirena de lo comercial, y lo que vende, y cómo se vende, y olvidar que, en última instancia, la idea de todo esto era crear algo que mereciera la pena.

Y como ocurre con tantas otras herramientas de mercadeo, acepto el branding y a la vez lo veo muy peligroso. No sé si sabes que branding viene de to brand, marcar, también en el sentido de marcar a las reses, de señalar a la carne como propia.

Ya, ya, ya me explico. Aquí es donde entra Miley Cyrus.

Cyrus ha sido durante mucho tiempo un ejemplo de lo nocivo que puede ser el branding cuando se aplica de forma fría y calculadora a un producto destinado a consumo cultural. Y sí, Hannah Montana también es un texto cultural, en el sentido más académico y pragmático de la palabra. Es el producto Disney perfecto: que la gente olvide que eres una adolescente a tope de hormonas y disfrute de tu actuación virginal a la vez que te visten con cositas estrechas para realzar tus curvitas estupendas y te maquillan hasta la punta del dedo gordo del pie derecho. Ya lo hemos visto mil veces con Britney Spears y compañía. ¿Mensaje contradictorio? Creo que sí. Mi amiga Libertad analizó de forma curiosa esa paradoja de comunicación cruzada usando a Katy Perry como base.

Cyrus también se marcó un Britney: salió del bonito capullo protector Disney y se lanzó al twerking con artistas de la dignidad y consideración de Robin Thicke. Sinead O'Connor le dijo que se respetara a sí misma; Amanda Palmer le dijo que hiciera lo que le saliera del mismísimo.

¿Resultado?

VENDIERON DISCOS DE LA MILEY COMO PEGATINAS MÁGICAS DE ESPINETE.

(No sé por qué tengo la sensación de que unas pegatinas mágicas de Espinete venderían mucho. Pero tendrían que ser mágicas de verdad, que pudieras convertir a tu abuela en rana y tener tu propio ejército de monos voladores).

Sí, a muchos también les gusta la música de Miley. Y no es mi intención ofender a posibles fans. ¿Pero dónde está la persona, la artista? ¿Qué es Cyrus para nosotros más que un acto más de espectáculo? Es más, ¿qué hago yo criticando a una persona, a un ser humano, con sus sentimientos, solo por su forma de restregarse contra las bolas (metálicas) de sus videoclips?

Lo hago, en parte, porque Cyrus se convirtió en un producto tan artificial, tan ajeno, que me cuesta verla como persona.

Esto no es lo que queremos los que escribimos (aunque igual sí, tal vez a mis lectores lo que les gusta es restregarse contra bolas metálicas gigantes, en cuyo caso tienen todo mi respeto y, posiblemente, mi número de teléfono). Después de todo, escribir es comunicación, es entrega, y la calidad de lo que transmitimos y cómo lo transmitimos dice mucho de nosotros como seres humanos y como artistas.

Visto así, el branding, el convertir a una persona en marca, puede ser muy perjudicial; seguro que puedes pensar en algún escritor que represente este lado oscuro de la fuerza. No se trata solo de escritores: hay conferenciantes, coaches y profesionales de la mercadotecnia que han desnaturalizado por completo su discurso al adoptar un esquema de lo que se supone que vende y convence. Reconozco que hay veces que llego por casualidad a algunos de esos artículos de «hazte trillonario vendiendo libros en Amazon» con la típica terminología hueca adaptada del inglés y no puedo evitar estremecerme. Hay otro mundo ahí fuera, te lo prometo. Brrrr.

Y todo esto de la mercadotecnia es muy poco artístico y muy sucio, ¿verdad?

Vamos por puntos. No iremos por partes, porque entonces haré el chiste de «como dijo Jack el Destripador», y esa persona al fondo de la sala me tirará el último tomate podrido que le quedaba y aterrizará justo en mi coleta, con lo que me había costado hoy hacérmela y mira que me ha quedado perfecta.

(Se frota las manos).

1. ¿Mercado + arte = herejía?

El mercadeo siempre ha estado muy presente en el entorno artístico, pero muchos hemos tenido siempre la idea, tal vez inocente, de que el proceso de creación debe estar libre de sus garras. También pretendemos mantener una dignidad y entereza que nos permita crear sin condicionantes y presiones económicos que puedan manipular y corromper nuestro mensaje. No es de extrañar que a muchos la idea del branding nos deje algo preocupados. ¿Pretende el mercado convertir al autor, al creador, en una imagen más, en un producto artificial, vacío? Parece la premisa de una historia de terror, de neocapitalismo extremo. La persona nunca puede ser un producto o será el mercado quien tendrá control absoluto sobre su existencia. Oferta y demanda: si no vendes, no sirves.

Miedo. Da mucho miedo.

Por desgracia, esa visión no está tan alejada de la realidad. El currículo con el que uno se presenta para encontrar trabajo se diseña para convencer a un posible jefe o cliente de que somos lo mejor que va a encontrar. Modificamos nuestro aspecto para parecer más agradables y profesionales; incluso adaptamos nuestro lenguaje corporal. Y si hay demasiada oferta para un tipo de empleo y una demanda escasa, una inmensa mayoría de las personas que ofrecen el trabajo se verán en la calle. Destacarán los que mejor sepan venderse.

¿Se te ocurre algún mercado con oferta potente y escasa demanda? Eso es: la avalancha de autores que intentan vender su libro. En nuestro sector hay tanta oferta que se produce lo impensable: ¡algunos hasta pagan para tener el honor de ser leídos!

Es la supervivencia del más fuerte en una jungla salvaje (¡y qué salvajes somos a veces los artistas!), y el mercadeo es una herramienta de lucha en la economía de la atención, en una economía de producción saturada donde gana aquel al que se le haga más caso.

No entraré ahora en la necesidad de cambiar un sistema donde este tipo de economía produzca entidades de poder sin ningún tipo de valor moral o estético, y que permite una clara manipulación a través de una publicidad mal llevada. Personalmente creo que el concepto de branding y la marca en sí tienen, como muchos otros conceptos, un lado positivo y otro negativo.

Sí, a pesar de todo lo que he dicho hasta ahora, hay un lado positivo. Voy a intentar explicarlo.

2. ¿Debe el autor convertirse en marca?

No es una pregunta nueva. Y últimamente ha vuelto el debate, AGAIN, de los que analizan el uso de la mercadotecnia para marcas comerciales y se plantean la validez de la aplicación de las mismas estrategias para la venta ya no de libros, sino de escritores.

¡Nos quieren vender! Como si fuéramos cosas. ¿Lo importante no era vender nuestro libro? ¿Por qué no podemos limitarnos a ponernos muy Elena Ferrante y decir: «Eh, ahí tenéis el libro, juzgadme por ahí. No me llaméis para entrevistas, no estoy para nadie. Este ni siquiera es mi verdadero nombre»?

Ferrante es un caso excepcional. Un libro no se reduce a una lectura. Es un texto cultural, asociado a muchos paratextos. Al nuevo consumidor no le interesa solo el libro. Le interesa cómo es el autor, qué hay detrás del libro. Le interesa la editorial y cómo produce el libro, en qué formato. Le interesa el precio (como es obvio), le interesa el punto de venta. Todos estos son condicionantes para su compra. Hasta la atención que recibe del dependiente de gran almacén que le vende el libro condiciona cómo y por qué leerá la obra que ha comprado. Y, por supuesto, le interesa la opinión de otros lectores, el estatus que recibe como lector de determinados géneros o títulos.

Como factor condicionante, tenemos que analizar al autor. ¿En qué sentido influye la imagen del autor en la venta del libro?

3. ¿Apariencia = marca?

Muchos pueden pensar que, desde el punto de vista del mercado, ¿quién mejor para vender un libro que su propio creador? Sobre todo si es joven y guapo, ¿no?

Esta sería una percepción muy muy limitada de lo que significa la imagen de un escritor y de su cuerpo de creación literaria. Es cierto que las editoriales cada vez buscan más a autores que, independientemente de la calidad de lo que produzcan, tengan una plataforma potente con un grupo de seguidores fieles. Hay un dicho en el mundillo de la promoción que es que si tienes mil fans fieles, que leen, compran y recomiendan todo lo que produces, ya puedes empezar a plantearte vivir de tu producción. Si hay mil personas ahí fuera para quien eres lo mejor que ha parido madre (o padre, que aquí no descriminamos a ninguna raza extraterrestre ni mitológica), hay un efecto exponencial de exposición y recomendación que es brutal (siempre que hablemos de fans reales, que no hay que olvidar que también se da un fenómeno de seguimiento vacío en nuestro país de lo más preocupante).

Creo que hay muchas personas que tienen un seguimiento eficiente que no son nada guapas. Ahí tienes a Seth Godin, quien precisamente habló de este concepto con el término tribu. No te hacen falta millones de personas que apenas saben quién eres. Te hacen falta mil que quieren que triunfes, como sea. Y no, lo siento por el señor Godin, pero no es nada guapo, como tampoco lo es James Altucher, que supo captar a cantidades obscenas de lectores al crear una conexión directa con sus lectores mediante un estilo muy sencillo y vulnerable. Dudo que consideres a Maria Popova una bomba erótica de hermosura y sensualidad (yo sí,

pero soy especial). Seguro que también conoces algún escritor oscuro, apocalíptico, de aspecto desaliñado, que escribe como habla, que ofrece una imagen que, por lo menos de entrada, parece auténtica. Algunos de esos también hacen su acopio de público creyente.

La belleza ayuda, desde luego; en unos sectores más que en otros. Pero no es, ni mucho menos, imprescindible.

¿Qué tiene esta gente, nada guapa, que los hace irresistibles para su público? ¿Y por qué no lo comparten con nosotros, maldita sea?

4. ¿Dónde está mi target?

Ya he comentado alguna vez mi idea de que la mercadotecnia de verdad, la que funciona, no utiliza nunca un acercamiento tipo «metralleta» a su público. Busca su consumidor objetivo, su target. Así, un autor joven y guapo puede vender a cierto tipo de público, sí, al que le encantan los autores jóvenes y guapos, pero no es una imagen adecuada si lo que pretende vender son novelas de realismo sucio.

La apariencia ayuda. Pero ayuda mucho más que se corresponda con lo que espera su público. Una mujer que escribe novelas chick-lit al uso generalmente tiene mayor aceptación entre su público si tiene un aspecto limpio, cuidado y amable. A sus lectores les extrañaría ver a una mujer vestida de cuero y tachuelas con el cráneo rapado, echando pestes por la boca contra la noción romántica del amor. Esa imagen no se correspondería con las novelas que escribe y sus lectores se sentirían extrañados, tal vez incluso engañados, como si el autor no fuera consecuente con su obra. Eso entra dentro del condicionamiento del propio género, del mismo modo que en la recepción de un hotel esperamos ver a una persona de uniforme o vestida de forma elegante y aseada, con una actitud educada. Nos extrañaría ver a alguien con un collar de pinchos o a alguien que nos escupiera en el recibidor (sí, este artículo está lleno de escupitajos: sabías lo que había cuando entraste y abandonaste toda esperanza).

No quiero decir con esto que sea justo que alguien no pueda ponerse un collar de pinchos si le apetece para recibir a los clientes de un hotel; que una autora de romántica comercial no pueda ponerse ropa de motera y abogar por el poliamor. Solo quiero decir que estamos condicionados para ver cierto tipo de apariencia. Ese condicionamiento se puede romper, por supuesto (y ahí entran los que crean tendencias, los trendsetters), pero eso implicará bastante trabajo, y ciertos hechos y posicionamientos rompedores.

La relación apariencia-producto no es sencilla. Muchas veces los consumidores prefieren ver a un autor que se parece a ellos, no a los personajes que crea. E. L. James poco se parece a Anastasia Steele en 50 sombras de Grey; razón de más para que muchas de sus lectoras le tengan cariño: se parece más a ellas. J. K. Rowling no se parece en absoluto a sus protagonistas, sobre todo porque es una persona adulta, no un niño atormentado con una mascota chula, pero su apariencia afable ayuda a que los lectores la vean casi como una figura maternal, hasta el punto de mandarle cartas contándole cómo sus libros cambiaron sus vidas. ¿Se parece Martin Amis a sus personajes masculinos? Quién sabe. Pero muchos de sus lectores disfrutan de sus comentarios de chico malo y políticamente incorrecto, porque eso es justo lo que buscaban en sus libros.

Y a eso iba. No se trata solo de la apariencia. De hecho, esta tiene una importancia muy escasa al lado de lo que importa: la empatía de los consumidores con la marca. Si la marca representa algo, algo en lo que el consumidor cree, hay más posibilidades de venta del producto.

Y resulta que eso, para los escritores, es más simple de lo que parece. No fácil, porque aparte hay toda una labor de promoción que es agotadora, pero sí es simple.

5. ¿Puede la marca ser algo bueno?

En un mundo donde la mercadotecnia es visible a todos los niveles, y donde las mismas consignas se repiten hasta la saciedad, hay espacio revolucionario para la orginalidad y, ante todo, la honestidad (o por lo menos una honestidad aparente, verosímil). Después de todo, es lo más raro, lo más difícil de encontrar, y llama la atención del consumidor. Encontramos anuncios de telefonía móvil que van con la sinceridad por bandera (otra cosa es que luego cumplan con ella), series de televisión donde el protagonista destaca por características extremas (torpeza, vulnerabilidad, manías, etc.), autores que son leídos porque se expresan con franqueza. Y es que en el fondo queremos que nos entretengan y es mucho más entretenido si lo que leemos nos hace identificarnos, empatizar, si reafirma nuestros principios y opiniones. Así, es más eficiente un columnista que expresa visiones polémicas, extremas, que uno respetuoso y comedido. Y a ese columnista la gente querrá ponerle cara y tratarlo de tú a tú.

La brutal competencia del mercado editorial nos empuja hacia este siguiente nivel de entrega. Ya no es suficiente, como Pynchon o Bill Watterson, retirarse del mundanal ruido y esconderse en las montañas. Para llegar a ser leído, para llegar a

las editoriales, tienen que conocerte. Tienen que saber quién eres, cómo eres. Hasta McCarthy salió de sus escondrijos y habló con Oprah.

La buena noticia es que no hay que fingir ser lo que no somos. Solo tenemos que ser nosotros mismos, pero más. Podemos proyectar nuestra «mismidad», lo que nos hace diferentes. Si somos poetas malditos que escribimos sobre dolor o muerte, tendremos que compartir con los demás nuestras percepciones sobre el dolor y la muerte, tendremos que hablar sobre el dolor y la muerte, tendremos casi que ser dolor y muerte. No seas el escritorzuelo que escribe versitos monos sobre tu triste vida. Sé el artista que sale a la calle y monta una performance gritando a viva voz acerca de la crudeza del sufrimiento humano. Tienen que escucharte.

Eso sí (y aquí es donde entra la verdadera técnica): tienes que girar el espejo. A nadie le importas tú. A los demás les importa lo que ven reflejado de ellos mismos en tu persona. Nadie quiere escucharte hablar del tedio de bañar a tu perro dos veces al mes. Quieren que les hables del tedio de lavar perros dos veces al mes de una forma en la que ellos puedan identificarse. Mediante el humor, ya que te ocurren desgracias que a ellos también les ocurren y eso, en cierta forma, es gracioso y triste a la vez. Mediante la belleza, aquella belleza que ellos puedan apreciar (ese brillo del sol sobre la gota de agua que reluce en el pelaje de tu cachorro dorado de labrador, ¡ay!). Mediante el ingenio, creando juegos con los baños de tu perro y claves que ellos tienen que descifrar, intrigados. El arte debe ser interactivo, de una forma u otra, para que funcione en este mercado. El arte funciona cuando ya no solo participa el emisor, sino que el receptor siente como si le hubieran dado una patada en el corazón, la cabeza y el estómago. Entre tanto ruido, tanto yo yo yo, esa patada para el tú es lo que trae la atención.

Y tras la atención está el dinero.

Vender algo no tiene que ser tocar en todas las puertas ofreciendo tu producto a lo comercial engominado. Se trata de saber lo que vendes y encontrar el público que se muere de ganas de tener algo así. Lo importante no es que tengas buena pinta ni un comportamiento irreprochable. Lo importante es que te comportes con honestidad y dejes muy claro qué es lo que estás vendiendo.

Como decía en un artículo anterior, tu palabra debe ser impecable. Eso no quiere decir que tengas la mejor ortografía que se ha visto desde las notas graciosillas que se pasan los del sillón H y el sillón f cuando están aburridos en la Real Academia. Quiere decir que has de ser coherente con la imagen que proyectas. No ofrezcas soluciones que no hayas probado. No vendas productos en

los que no hayas invertido sudor, sangre y lágrimas. Tienes que ser más tú que nunca.

Siempre que no seas aburrido. Nadie soporta a los aburridos.

6. ¿Cuáles son las preguntas que sí importan?

Creo que estamos haciendo la pregunta mal. No creo que tengamos que preguntar: ¿debe el autor convertirse en una marca?

Creo que debemos preguntar, primero: ¿quieres vender tus libros?

Si la respuesta es no, deja de preocuparte por esto de la marca, la plataforma, la promoción y todo lo demás. No digo que sea imposible arrasar en el mercado por la pura genialidad de tu obra. Pero el mundo está lleno de escritores geniales que apenas llegan a vender una tirada de doscientos ejemplares.

Si la respuesta es sí, vas a tener que adaptarte a las circunstancias, estudiar el entorno en el que quieres compartir tu obra.

La siguiente pregunta es: ¿quién eres tú y qué tienes que ofrecer a tu público?

Una vez averiguada la respuesta (que tampoco es nada fácil), todos los anglicismos, todos los manuales de mercadotecnia, todos los conceptos como marca, branding y todo lo demás se caen a pedazos.

Escribe. Crea. Eso es lo primero. Y cuando hayas creado, coge tu producto terminado y utiliza todas las herramientas que tengas a mano para llegar a tu objetivo, para llegar al lector que amará tu libro. Para ello, primero deberá seguirte a ti. Si te sigue, si gusta de lo que expresas, de cómo te comportas, de esa «marca» que representas, es inevitable que le guste lo que creas. Si no lo hace, es que igual tu «marca» y tu libro no están en sintonía. Igual estás fingiendo ser algo que no eres. Ya lo dijo Jeff Bezos (nos caiga bien o mal, malvado genio del crimen o santo patrón del escritor independiente), fundador de Amazon:

Your brand is what people say about you when you’re not in the room.

Tu marca es lo que dice la gente de ti cuando no estás en la habitación.

No tienes que cambiar. Solo tienes que tener muy claro lo que eres y ser más

tú. Entonces no te leerán los que no gustan de tu mensaje y te devorarán los que lo aceptan con las manos abiertas.

(Bueno, no literalmente. La autorofagia [¿scriptofagia? ¿caniscriptobalismo?] está penada por ley en la mayoría de provincias de nuestro país. Puedes preguntar a cualquier abogado si no me crees).

Voy a terminar aquí, porque creo que, al fin, he dicho todo lo que quería decir sobre este tema. No pincharé en más enlaces de artistas maltrechos que culpan a la ignominia del mercado de su falta de ventas; no haré clic en más enlaces que me aseguran que tienen todas las claves que necesito para hacerme billonaria publicando libros sobre cómo hacerse billonario publicando libros.

Está bien, está bien, pincharé. Este tema nunca se cierra del todo. Pero me quedo con esto:

El autor no debe convertirse en marca o, por lo menos, no en producto. Tiene que ser al revés. La marca debe ser una representación concentrada, fácil de recordar, de lo que somos. Somos personas, somos creadores. La marca debe estar siempre a nuestro servicio, no al contrario. Debe ser una herramienta y puede ser una herramienta muy útil.

Solo tenemos que encontrar el modo de enseñar nuestro libro al mundo. Y no a todo el mundo. Al mundo que lo busca. Y para ello debemos potenciar aquello que lo hace único, diferente. Debemos, ante todo, llamar la atención de nuestros mil lectores perfectos.

¿Hola? ¿Estás ahí fuera?

Este libro no acaba aquí

—Si te ha gustado esta obra, lo mejor que puedes hacer por mí es recomendarla. Deja una reseña en Amazon. Pásale un enlace a otros escritores que creas que podrían disfrutarla.

—También tengo otro libro para escritores, sobre cómo corregir tu obra. Puedes comprarlo aquí.

—Este libro que tienes en tus manos recoge los artículos preferidos (más leídos y votados) de mis lectores, pero en la web hay muchísimo más contenido. Sigo actualizándola cada mes y mando artículos exclusivos (que no salen en la web) a los suscriptores de mi lista de correo. ¡Apúntate!

—¿Has encontrado un enlace roto, quieres comentarme algo del libro o preguntarme alguna duda?

Escríbeme a gabriella@gabriellaliteraria.com.

Me encantará hablar contigo.

Otros libros de la autora

No ficción

70 trucos para sacarle brillo a tu novela. Disponible en Amazon.

Ficción

El día del dragón (con José Antonio Cotrina, fantasía cómica middle-grade). Publicado por Naufragio de letras, disponible en librerías físicas y virtuales, y en su web.

La noche del espectro (con José Antonio Cotrina, fantasía cómica middle-grade). Publicado por Naufragio de letras, disponible en librerías físicas y virtuales, y en su web.

Lectores aéreos (relatos de fantasía oscura). Disponible en Amazon.

El fin de los sueños (con José Antonio Cotrina, fantasía oscura juvenil). Publicado por Plataforma Neo, disponible en librerías físicas y virtuales, y en su web.

Crónicas del fin (con José Antonio Cotrina, fantasía oscura para adultos). Publicado por Alethé, disponible en librerías físicas y virtuales.

(Anotación personal: Quiero a todos mis libros, pero ¡Crónicas del fin es mi favorito!).

(Más) notas de la autora y agradecimientos

Cuando publiqué mi primer libro de narrativa (ya tenía algún poemario ahí fuera, ya descatalogado), alguien en una reseña dijo que era una muestra del estado lamentable de la industria editorial en nuestro país que Lectores aéreos no hubiera encontrado editor. Daba por sentado que mi decisión de autopublicarme era por necesidad, porque no había dado con ninguna editorial dispuesta a arriesgar por mí.

He de decir que esto no era cierto, del mismo modo que mi decisión de autopublicar este Cómo sobrevivir a la escritura no responde al rechazo editorial. He recibido ofertas de editoriales de distintos tamaños y tipos a lo largo de los años tanto para mis libros de ficción como los libros para escritores, y en algunas circunstancias he dicho que sí, porque creía que la oferta encajaba con el proyecto, y en otras he dicho que no.

He de decir que la autopublicación no me ha fallado, mientras que los proyectos editoriales a veces sí. Me gustaría que eliminásemos el estigma de la autopublicación. Por supuesto que hay mucha porquería en Amazon, pero también la hay en las librerías. ¿Es mayor el porcentaje de porquería de Amazon? Puede ser. Pero cada vez hay más productos serios, bien hechos, profesionales, escritos y publicados por autores a los que nos estamos perdiendo por prejuicios que hoy ya no tienen sentido.

Creo que la publicación híbrida (tradicional más autopublicación) es el camino ideal para el escritor de nuestro tiempo. Y me gustaría dar las gracias, para empezar, a todos los compañeros a la vanguardia, que han ido poco a poco probando que este nuevo sistema es una posibilidad para los que escribimos.

Los agradecimientos de mis libros son mi apartado favorito, porque me dan la oportunidad de recordar, por escrito y en público, a todos los que hacen que mi existencia sea un poquito más fácil y bonita. Pero estos serán duros, porque es imposible mencionar a todos los que han aportado algo a mi viaje como bloguera. Han sido muchos años y muchas, muchas palabras publicadas.

Cómo no, lanzo un gracias muy grande a mis padres, por el apoyo constante recibido en esta locura cuesta arriba que es dedicarse a la escritura, y a mi hermano, gracias a quien existe Gabriella Literaria, de hecho.

Pero si fue mi hermano quien se ocupó (y ocupa) de aspectos técnicos de la

web y de resucitar ya varias veces mi muy maltrecho ordenador, el coste de mantenimiento de mi plataforma lo cubren mis mecenas maravillosos de Patreon. Gracias a Jorge del Oro, Carlos S. Baos, Eduardo Norte, Carla Campos, Adela Castañón, Anabel Rodríguez, Daniel Hernández Alcojor, Álvaro Aranda y a muchos más sigo llenando el blog de frases, a veces sabias y con frecuencia idiotas, pero siempre llenas de entusiasmo. Sobre todo quiero mandar un abrazo enorme a Pamela y a May, cuyo apoyo tanto económico como moral es tan importante para mí.

Gracias también a mis compañeros blogueros más cercanos, aquellos con los que he compartido este viaje y con quienes me he quejado de emails absurdos, de copieteo y de tantas otras miserias del mundillo (pero con quien también he compartido buenas noticias e ilusiones): Ana González Duque, Isaac Belmar, Mariana Eguaras, Valentina Truneanu… quién nos iba a decir que duraríamos tanto. Gracias a mis amigos de siempre (Ana, Alberto y Morilla, Elena y David) y al núcleo duro de Madrid (Blanca, Marina, Toni, Michael, Mar) por ser red de socorro permanente y por compartir conmigo los mejores restaurantes sin gluten.

Gracias a todos los lectores, por supuesto. A los que leéis, comentáis y hasta compráis. A los que venís a talleres, charlas y presentaciones. A los que me contáis cómo algo del blog ha influido en vuestro propio trabajo. Eso último nunca deja de sorprenderme y me produce cierto miedo. Una escritora dejó su carrera universitaria a raíz de leer un artículo mío y se puso a estudiar marketing mientras sacaba libros. Ahora es superventas y famosa, pero eso NO significa que debáis hacerme caso en decisiones trascendentales, lo juro.

Gracias a mis seguidores de Twitter y de Facebook, que me ayudaron con la selección de algunos de los recursos de la bibliografía. Las redes son el Mal a veces, pero su poder para la obtención de información es alucinante.

Gracias a César, por ser una inspiración para toda una generación fandomita, por escribir libros geniales y por ser siempre tan encantador conmigo. Sabía que era perfecto para prologar este libro y tuve la suerte inesperada de que no tiene dominado del todo todavía el arte de decir que no. Gracias también a Libertad, que ha vuelto a sorprenderme con su cubierta. Nadie pinta quimeras como ella.

Y gracias a JAC, que es más fácil y corto que decir José Antonio Cotrina, y suena a Jack, que es mucho más sencillo para mi padre irlandés cuando estamos todos de comilona y arranca el concurso internacional de chistes malos.

Espero que tú también tengas a tu lado alguien que piense siempre, hagas lo que hagas, que eres la bomba. Que sea capaz de señalarte tus errores de manera que casi parezca que la culpa es de los errores, no tuya. Que esté convencido de que triunfarás siempre, hagas lo que hagas.

Lo recomiendo muchísimo.

Bibliografía. Recursos y referencias de interés

Aquí te dejo una lista de algunos artículos, libros y recursos que aparecían enlazados en los textos originales en el blog, que me han servido de consulta para estos o que sirven para ampliar conocimientos sobre los temas tratados. También incluyo artículos y libros propios, a los que hago referencia a lo largo de este libro.

Artículos

7 fórmulas para escribir ficción y destrozar los tópicos, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/destrozar-los-topicos (Sobre el concepto de «sexo de ideas» y otras combinaciones creativas).

9 cosas que le diría a la niña que empezó a escribir, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/la-nina-que-empezo-a-escribir/ (Ejemplo de artículo que utiliza el recurso de la mirada atrás).

10 características que convierten a un personaje en una mary sue, Inteligencia Narrativa:

https://www.inteligencianarrativa.com/10-caracteristicas-convierten-personaje-una-mary-sue/ (Sobre cómo evitar insertarte directamente en un personaje de manera ridícula).

10 ejercicios para escritores que realmente funcionan (o que, por lo menos, son divertidos), Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/10-ejercicios-para-escritores (Una lista de ejercicios creativos).

10 errores que hacen que la gente tire tu libro por la ventana, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/tu-libro-por-la-ventana/ (Sobre los errores más frecuentes de contenido en textos narrativos).

12 razones por las que nunca serás productivo, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/nunca-seras-productivo/ (Sobre las

razones más comunes por las que procrastinamos o distribuimos mal nuestro tiempo y energía).

14 lecciones que he aprendido en 1095 días de escritura, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/1095-dias-de-escritura/ (Sobre los resultados de la escritura diaria).

25 Things a Great Character Needs, Chuck Wendig:

http://terribleminds.com/ramble/2014/01/13/25-things-a-great-character-needs/ (Más trucos para crear personajes llamativos).

52 Writing Prompts to Inspire Your Next Blog Post, Bianca Bass:

https://medium.com/@BiancaBass/52-writing-prompts-to-inspire-your-next-blog-post-d4556d4f68d8 (Lista larga de ideas para publicaciones de blog).

69 ideas para una productividad sobrehumana, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/69-ideas-para-una-productividad-sobrehumana (Una adaptación del artículo de Niall Doherty 69 Tips for Superhuman Productivity, creada con permiso expreso de su autor).

88 Important Truths I've learnt About Life, David Cain:

https://www.raptitude.com/2009/07/88-important-truths-ive-learned-about-life/ (De aquí salieron algunas ideas para Hacer la cama te hace mejor escritor [y treinta trucos más que debiste contarme]).

500 Prompts for Narrative and Personal Writing, Michael Gonchar:

https://learning.blogs.nytimes.com/2014/11/13/500-prompts-for-narrative-and-personal-writing/ (Lista gigante de ideas para contenidos narrativos).

Alice Glass vs. Katy Perry, cuestión de bananas, Not Here to Please You:

http://sahakiel.blogspot.com/2013/01/alice-glass-vs-katy-perry-cuestion-de.html (Sobre la contradicción en la imagen de marca).

¿Blogger o Wordpress? 13 escritores dan su opinión, Cris Mandarica:

http://detrasdelapistola.blogspot.com/2015/09/blogger-o-wordpress-13-escritores-dan.html (estudio de 2015 de las posibilidades de dos plataformas distintas de blogging).

Callarse o hablar de tu escritura, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/callarse-o-hablar-de-tu-escritura/

Cómo atrapar a tu lector con el efecto Zeigarnik, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/el-efecto-zeigarnik-y-como-puede-ayudarte-con-tu-novela-y-otros-recortes-literarios/ (Qué es el efecto Zeigarnik y cómo podemos utilizarlo para enganchar a nuestros lectores).

Cómo escribir 10000 palabras al día, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/10000-palabras-al-dia/ (Incluye una referencia al concepto de ma definido por Miyazaki).

Cómo escribir mejor: la lista definitiva. Más de 100 consejos para escritores, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/como-escribir-mejor-la-lista-definitiva-mas-de-100-consejos-para-escritores/

Cómo funciona el algoritmo de Amazon para vender tu libro, Ana González Duque:

https://marketingonlineparaescritores.com/algoritmo-amazon-libro/

Cómo planificar tu libro usando braindumping (y otros recortes literarios), Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/braindumping (Sobre el método de Chandler Bolt para escribir un libro).

Cómo sobrevivir al marketing online para escritores, Ana González Duque:

https://marketingonlineparaescritores.com/sobrevivir-marketing-escritores/

Cómo vender libros con una lista de correo, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/vender-libros-con-una-lista-de-correo/ (Sobre cómo utilizar tu lista).

Cómprate mi puñetero libro, Cristina Anguita:

http://www.devoradoradelibros.com/2015/09/comprate-mi-punetero-libro.html (Sobre el problema del seguimiento en redes sin conversión a ventas).

Corregir tu libro: expectativas versus realidad, Esther Magar.

https://relatosmagar.com/corregir_tu_libro_expectativas_versus_realidad/ (Sobre los aspectos prácticos de encargar, gestionar y digerir una corrección).

¿Cuál es el sentido de tu novela? (Y otros recortes literarios), Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/el-sentido-de-tu-novela/ (Sobre la importancia de conocer el sentido de tu obra para darle forma).

Cuando la imagen del escritor vale más que mil de sus palabras, Mundopalabras:

https://www.mundopalabras.es/cuando-la-imagen-del-escritor-vale-mas-que-mil-de-sus-palabras/ (Sobre la diferenciación del autor mediante la imagen de marca).

¿Debemos escribir y corregir en sitios diferentes? (Y otros recortes literarios), Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/escribir-y-corregir-en-sitios-diferentes/ (Sobre por qué es mejor realizar tareas de tipo distinto en lugares distintos).

¿Debo poner mi libro gratis en Amazon?, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/mi-libro-gratis/ (Artículo con diferentes métodos para promocionar lanzamientos usando las herramientas de KDP Select).

El camino a la maestría tiene este aspecto, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/el-camino-a-la-maestria-tiene-este-aspecto/ (Sobre la parte más aburrida de escribir y por qué es tan importante).

El efecto Dunning-Kruger o por qué la gente habla sin tener ni idea, Jaime Rubio Hancock:

https://verne.elpais.com/verne/2017/11/29/articulo/1511971499_225840.html (Sobre qué es el efecto Dunning-Kruger y cómo nos afecta a todos).

El estado de flujo, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/el-estado-de-flujo/ (Sobre cómo se obtiene el flow o estado de flujo en la escritura).

El reto Bradbury, un relato a la semana, Jaume Vicent:

http://www.excentrya.es/un-relato-a-la-semana/ (Otro método para escribir un cuento a la semana).

El secreto para escribir un bestseller de calidad (y otros recortes literarios), Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/bestseller-de-calidad/ (Sobre la doble codificación, explicada por Umberto Eco).

El tumor cerebral y los cinco libros, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/el-tumor-cerebral-y-los-cinco-libros/ (Sobre cómo las restricciones nos pueden ayudar a escribir).

El único consejo que realmente necesitas para escribir, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/el-unico-consejo-que-realmente-necesitas-para-escribir/ (Sobre la importancia de terminar los proyectos).

Es novela romántica, ¡no rosa!, Mimmi Kass:

https://mimmikass.com/es-novela-romantica-no-rosa/

Escribir todos los días, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/escribir-todos-los-dias/ (Sobre la importancia de la reescritura).

Escritor de mapa, escritor jardinero y escritor paisajista, Ana González Duque:

https://www.anagonzalezduque.com/escritor-mapa-jardinero-paisajista/ (Sobre el concepto de escritor paisajista).

¿Es mejor ser escritor de mapa o escritor de brújula?, Yolanda González Mesa:

https://www.tintaalsol.com/2016/05/escritor-de-mapa-o-escritor-de-brujula/ (Sobre las diferencias entre los escritores de mapa y brújula).

¿Eres un escritor pasivo o agresivo?, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/escritor-pasivo-o-agresivo/ (Artículo sobre la diferencia entre aprender a escribir desde la teoría y desde la práctica).

Focus on Learning and Creating Rather than Being Entertained and Distracted, Anthony Moore:

https://medium.com/the-mission/focus-on-learning-and-creating-rather-than-being-entertained-and-distracted-e6573de1bc84 (Sobre la cultura del entretenimiento y la distracción; incluye la historia de la mujer ideal de Darren Hardy).

Forget Going Viral. Here's How to Create Work That Will Last Forever, Ryan Holiday:

https://growthlab.com/increase-book-sales-ryan-holiday/ (Sobre cómo utilizar tu catálogo).

Herramientas para escritores. La escritura libre o freewriting, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/herramientas-para-escritores-la-escritura-libre-o-freewriting/ (Cómo realizar ejercicios de escritura libre).

How Habits Work, Charles Duhigg:

https://charlesduhigg.com/how-habits-work/ (Sobre qué factores influyen en la formación de nuevos hábitos).

How Long Does It Actually Take to Form a New Habit (Backed by Science), James Clear:

https://jamesclear.com/new-habit (Estudios científicos sobre cuánto se tarda realmente en implementar un hábito nuevo. Spoiler: No son 21 días).

How To Create Memorable Characters: 8 Little-Known Sleights of Hand, John Yeoman:

https://writetodone.com/create-memorable-characters-8-sleights-of-hand/ (Sobre cómo crear personajes memorables).

If Nothing Changes, Nothing Is Going to Change, James Clear:

https://jamesclear.com/repeated-bout-effect (Sobre el efecto de impacto repetitivo).

If You Want to Change the World, Start by Making Your Bed, Jennifer Dukes Lee:

https://jenniferdukeslee.com/want-to-change-the-world-start-by-making-your-bed/ (Sobre cómo funcionan las cadenas de hábitos positivos).

In the Future, Our Attention Will Be Sold, Mark Manson:

https://markmanson.net/attention (Introducción al concepto de economía de la atención y cómo nos afecta).

Informe de ventas nº1, Miguel Ángel Alonso Pulido:

https://miguelangelalonsopulido.com/informe-de-ventas-no1/ (Miguel Ángel compartió con sus seguidores muchos datos de ventas de su experiencia como autopublicado).

La compra de libros en línea supera por primera vez a la venta en librerías en el Reino Unidos, LecturaLab:

http://www.lecturalab.org/story/La-compra-de-libros-en-lnea-supera-por-

primera-vez-a-la-venta-en-libreras-en-el-Reino-Unido_5793 (Artículo de 2015 sobre los cambios en el consumo de libros).

La comunidad de los artículos terminados en –mente y el beicon, Néstor Belda:

https://nestorbelda.com/adverbios-acabados-en-mente/ (Sobre cuándo usar estos adverbios y cuándo es mejor evitarlos).

La ortografía, la gramática y el arte de la escritura, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/la-ortografia-la-gramatica-y-el-arte-de-la-escritura/ (Sobre la importancia del ritmo a nivel de la oración).

La salud de los escritores. Cómo cuidar las herramientas de trabajo, de Rocío Vega:

http://www.rociovega.es/salud-manos-munecas-escritores/

La técnica del pomodoro, Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Técnica_Pomodoro (Qué es y cómo utilizar la técnica del pomodoro).

Las armas del escritor: El arma de Chejov, Guillermo Jiménez.

https://victorselles.com/las-armas-del-escritor-el-arma-de-chejov/ (Qué es el fusil de Chejov y cómo utilizarlo en narrativa).

Las ventas digitales ya superan en los EEUU a las de las librerías tradicionales, LecturaLab:

http://www.lecturalab.org/story/Las-ventas-digitales-ya-superan-en-los-EEUU-a-las-de-las-libreras-tradicionales_5134 (Artículo de 2014 sobre los cambios en el consumo de libros en Estados Unidos).

Los cinco pilares de la autopublicación, David Olier:

https://cabaltc.com/pilares-de-la-autopublicacion (Incluye una guía completa sobre cómo autopublicar con coste cero).

Layering 10-20-30 Scenes in Your Novel, C. S. Lakin:

https://www.livewritethrive.com/2016/10/24/layering-10-20-30-scenes-in-your-novel/ (Ejemplos de cómo aplicar la planificación por capas en una novela).

Ley de Pareto: Dispara tu productividad con la ley del 80/20, Sebastián Pendino:

https://sebastianpendino.com/ley-de-pareto-productividad/ (Sobre qué es la ley de Pareto y cómo aplicarla al ámbito de la productividad).

Marketing editorial para introvertidos, Ana González Duque:

https://marketingonlineparaescritores.com/marketing-editorial-introvertidos/ (Sobre cómo promocionar tus libros cuando eres una persona introvertida).

No uses la falta de espacio como excusa para no escribir, Yolanda González Mesa:

https://www.tintaalsol.com/2016/01/falta-de-espacio-como-excusa/ (Sobre las excusas absurdas que usamos para procrastinar).

Plot outline creation: 7 smart methods, Now Novel:

https://www.nownovel.com/blog/7-ways-write-plot-outline/ (los siete métodos de planificación que amplío y explico en Gabriella Literaria).

Por qué hay que especializarse como escritor, David Olier:

https://cabaltc.com/escribir-ciencia-ficcion/especializarse-como-escritor/ (Sobre por qué es más efectivo especializarse que intentar llegar a todos los públicos).

¿Qué es el marketing de contenidos? (Y por qué debería importarte), Jaume Vicent:

https://marketingonlineparaescritores.com/marketing-de-contenidos/

Reto de escritura Ray Bradbury, David Generoso:

https://davidgeneroso.com/reto-de-escritura-ray-bradbury/ (David da un montón de recursos para llevar a cabo el reto de un cuento a la semana; también publica en su blog los relatos que va terminando dentro del reto).

Revelación de Sturgeon, Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Sturgeon

Seis ingredientes para conseguir un bestseller, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/conseguir-un-bestseller/ (Componentes inesperados en la producción de un libro superventas).

Stop Trying to Be Creative, Christie Aschwanden:

https://fivethirtyeight.com/features/stop-trying-to-be-creative/ (Sobre el trabajo de Kenneth Stanley sobre la inspiración y la creatividad en su programa PicBreeder).

Técnicas de anticipación y foreshadowing para escritores, Víctor Selles:

https://lecturonauta.wordpress.com/2015/09/14/tecnicas-de-anticipacion-y-foreshadowing-para-escritores/ (Sobre cómo insertar elementos de anticipación en tu narrativa).

The 15-Minute Routine Anthony Trollope Used to Write 40+ Books, James Clear:

https://jamesclear.com/anthony-trollope (Sobre Trollope y sus intervalos de escritura).

The Beginner's Guide to Deliberate Practice, James Clear:

https://jamesclear.com/beginners-guide-deliberate-practice. (Sobre cómo implementar una práctica deliberada).

The Role of Deliberate Practice in the Acquisition of Expert Performance, K. Anders Ericsson, Ralf Th. Krampe y Clemens Tesch-Romer:

https://graphics8.nytimes.com/images/blogs/freakonomics/pdf/DeliberatePractice(

PsychologicalReview).pdf (El estudio de los violinistas que llevó a Ericsson a desarrollar sus teorías sobre práctica deliberada).

Tom Gauld y los papeles del escritor, Isaac Belmar:

http://www.hojaenblanco.com/tom-gauld-y-los-papeles-del-escritor/ (Sobre la basura que producimos y que nos permite avanzar en nuestra habilidad como escritores).

Tres métodos para hacer una maratón de escritura, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/maraton-de-escritura/ (Sobre cómo hacer una sesión larga de escritura: análisis de tres casos prácticos).

Tres recursos indispensables en la escritura que estamos usando mal, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/recursos-indispensables/ (Sobre el uso eficiente del símil y la metáfora).

Usa la técnica de los tres momentos para crear personajes redondos, Gabriella Campbell:

https://www.gabriellaliteraria.com/personajes-redondos/

What Gets Measured, Gets Managed, Sebastian Marshall:

http://sebastianmarshall.com/what-gets-measured-gets-managed (Sobre cómo debemos medir ciertos valores para poder mejorarlos).

Which Skill Should You Master?, Scott H. Young:

https://www.scotthyoung.com/blog/2015/03/17/what-should-you-master/ (Sobre cómo elegir las mejores habilidades de tu sector).

Why I Hired A Girl On Craigslist to Slap Me In The Face — And How It Quadrupled My Productivity, Maneesh Sethi:

http://hackthesystem.com/blog/why-i-hired-a-girl-on-craigslist-to-slap-me-in-the-face-and-why-it-quadrupled-my-productivity/ (Una forma muy curiosa de mantener tu productividad: paga a alguien para que te pegue cuando te

distraigas).

Why Trying to Be Perfect Won't Help You Achieve Your Goals, James Clear:

https://jamesclear.com/repetitions (Sobre los experimentos de cantidad/calidad con alumnos de fotografía).

Zona de confort: Instrucciones de uso, Fabrizio Ferri-Benedetti:

https://remoquete.com/2014/06/zona-de-confort/ (Sobre el lado oscuro de la famosa zona de confort).

Libros

23 Anti-Procrastination Habits: How to Stop Being Lazy and Get Results in Your Life, S. J. Scott. (Sobre cómo implementar hábitos que acaben con la procrastinación).

70 trucos para sacarle brillo a tu novela, Gabriella Campbell.

Amazon Decoded, David Gaughran (eBook gratuito para los suscriptores de su lista de correo, repleto de información indispensable sobre el funcionamiento de los algoritmos de Amazon).

Art & Fear: Observations on the Perils (and Rewards) of Artmaking, de David Bayles y Ted Orland. (Sobre el proceso artístico: aquí aparece la anécdota de la clase de cerámica).

Cómo monetizar tu blog de escritor, Ana González Duque.

Cuando fuimos huérfanos, Kazuo Ishiguro (novela donde es fácil ver el efecto niebla en acción).

De qué hablo cuando hablo de correr, Haruki Murakami. (Sobre la relación entre la escritura y otros aspectos de nuestra vida).

El abismo, Seth Godin (estudio de los momentos de decisión sobre continuar o no con un proyecto).

El ciclo de la Luna Roja, José Antonio Cotrina (trilogía donde se refleja la

importancia de mostrar las consecuencias del conflicto para obtener la confianza del lector).

El escritor emprendedor, Ana González Duque (manual repleto de información útil sobre autopublicación y edición independiente en general).

El poder de los hábitos, Charles Duhigg. (Sobre cómo se forman los hábitos y por qué son tan importantes).

Esto es marketing, Seth Godin. (Sobre el marketing de la atracción y el poder de las ideas).

Focus, Daniel Goleman. (Sobre la relevancia de la concentración y el enfoque).

Grit: El poder de la pasión y la perseverancia, Angela Duckworth. (Sobre el papel de la determinación y perseverancia en personas de alto rendimiento en sus campos).

Los inconsolables, Kazuo Ishiguro (novela donde es fácil ver el efecto niebla en acción).

Maestría, Robert Greene. (Sobre cómo han desarrollado su maestría diferentes artistas extraordinarios a lo largo de la historia).

Manual de autopublicación, Autorquía (Guía de edición, promoción y comunicación para escritores independientes).

Newsletter Ninja: How to Become an Author Mailing List Expert, Tammi Lebrecque (Una guía muy completa para aprender a gestionar una lista de correo eficiente).

Número uno: Secretos para ser el mejor en lo que nos propongamos, Anders Ericsson y Robert Pool. (Ignora el título de autoayuda barata. El libro es un estudio serio del papel de la práctica deliberada en la adquisición de competencia).

Outliers, Malcolm Gladwell. (El libro donde se popularizó la teoría de las diez mil horas de aprendizaje).

Plataformas de publicación, Valentina Truneanu. (Compendio de las plataformas de publicación en línea más importantes en nuestro idioma y cómo

utilizarlas).

Sobre literatura, Umberto Eco. (Los mejores ensayos de este maestro de la teoría literaria).

The Art of Social Media, Guy Kawasaki y Peg Fitzpatrick. (Algunas cosas han quedado ya desfasadas, pero sigue siendo un manual indispensable para entender el funcionamiento del marketing en redes sociales).

Write Your Novel from the Middle, James Scott Bell. (Sobre cómo escribir un libro siguiendo el método de planificación desde el centro de la trama).

Páginas web o foros donde puedes compartir tus textos

Fantasitura: http://clasico.fantasitura.com/

Inkspired: https://getinkspired.com/es/

Literup: https://www.literup.com/en/plataforma/escritores

Litnet: https://litnet.com/

Sstorybox: https://www.sttorybox.com/

Sweek: https://sweek.com/es/

Wattpad: https://www.wattpad.com/

Recursos generales

Atutía para textos:

https://atutia.com/author/alborbola/ (Blog de la correctora Pilar Comín Sebastián, donde siempre descubro cosas que desconocía sobre el uso recomendable del lenguaje).

Beeminder:

www.beeminder.com (Página web donde puedes implementar hábitos y pagar una penalización cada vez que fallas).

Better Novel Project:

http://www.betternovelproject.com/blog/about/ (Web de la escritora Christine Frazier, que se dedica a analizar las estructuras y tramas de novelas superventas para entender mejor qué funciona para los lectores).

Brain Pickings:

https://www.brainpickings.org/ (El blog de Maria Popova, que sirve como libreta de recortes y conexión de cientos de libros y autores).

Buffer:

https://www.buffer.com/ (Aplicación en línea para gestionar y programar contenidos en redes sociales).

Canva:

http://www.canva.com (Aplicación en línea para creación y edición gráfica).

Comparar y combinar dos versiones de un documento:

https://support.office.com/es-es/article/Comparar-y-combinar-dos-versiones-de-un-documento-F5059749-A797-4DB7-A8FB-B3B27EB8B87E (Información de Microsoft para utilizar la función de comparar en un documento y ver qué modificaciones afectan a este).

Decálogo para encargar la corrección de un texto, Pilar Comín Sebastián:

http://www.uniondecorrectores.org/decalogo-para-encargar-la-correccion-de-un-texto/ (Documento creado por Pilar para UniCo con consejos cruciales para gestionar una corrección).

Ebrolis:

https://www.ebrolis.com/ (Plataforma de venta de eBooks y lista de correo para lectores).

El escritor emprendedor:

https://www.facebook.com/groups/escritoremprendedor/ (Grupo de Facebook liderado por Ana González Duque, diseñado para el apoyo entre escritores emprendedores).

Feedly:

https://feedly.com/ (Aplicación en línea que sirve para leer y gestionar publicaciones de tus sitios favoritos).

Festival Celsius 232 de Avilés:

https://celsius232.es (Festival nacional anual dedicado a la literatura de género fantástico).

Freedom:

https://freedom.to/ (Aplicación para bloquear páginas web y concentrarte en tu escritura).

Gabriella Literaria:

http://www.gabriellaliteraria.com (¡Sí, mi blog! Está lleno de recursos para escritores). También ofrezco artículos y recursos exclusivos en mi lista de correo: https://www.gabriellaliteraria.com/lista-de-correo

Hoja de trabajo para escribir 52 relatos en un año, de Izaskun Albéniz (https:/www.izaskunalbeniz.es/):

http://bit.ly/52relatos

Hootsuite:

https://hootsuite.com/ (Aplicación en línea para gestionar y programar contenidos en redes sociales).

Instapaper:

http://instapaper.com (Aplicación en línea para todo tipo de dispositivos que sirve como carpeta de marcadores desde la que podrás leer publicaciones guardadas en un formato sencillo y práctico).

James Altucher:

https://jamesaltucher.com/ (Web del bloguero James Altucher. El estilo original y cercano de James es un ejemplo estupendo de comunicación eficiente).

LeechBlock:

https://www.proginosko.com/leechblock/ (Extensión para exploradores web que ayuda a concentrarte en una sola tarea).

LéemeTV:

https://leemetv.com/ (Plataforma transmedia dedicada a la divulgación de la lectura, creada por Irene Rodrigo).

Lektu:

https://lektu.com/ (Plataforma de publicación y venta de libros y otros contenidos digitales).

Lifehacker: How I Work:

https://lifehacker.com/tag/how-i-work (Serie de entrevistas de la web Lifehacker a profesionales sobre sus rutinas de trabajo).

Literautas. Ejercicios de escritura y disparadores creativos:

https://www.literautas.com/es/blog/post-category/ejercicios-de-escritura/ (Categoría de la web de Literautas llena de ejercicios).

Live Write Thrive:

https://www.livewritethrive.com/ (Blog de la escritora C. S. Lakin, repleto de información útil sobre edición y creación literaria).

Marketing Online para Escritores:

http://www.marketingonlineparaescritores.com (Esta web de la escritora Ana González Duque está a rebosar de buena información sobre promoción y marketing, y buenos cursos a precios ideales).

Moosti:

http://www.moosti.com/ (Herramienta básica que sirve como reloj para la técnica del pomodoro).

Páginas aleatorias de Wikipedia:

http://es.wikipedia.org/wiki/Especial:Aleatoria (Para encontrar artículos al azar de Wikipedia que sirvan como disparadores creativos).

Pocket:

https://getpocket.com/ (Agregador y lector de contenido, similar a Instapaper).

Pomodoro-Tracker:

https://pomodoro-tracker.com/ (Herramienta básica que sirve como reloj para la técnica del pomodoro).

Problogger:

https://problogger.com/get-6-months-blog-post-ideas-free/ (Apuntándote a su lista de correo recibes una lista enorme de ideas para contenido).

Recortes de la semana:

https://www.gabriellaliteraria.com/category/recortes/ (Sección de Gabriella Literaria donde recopilaba las mejores notas y noticias del mundo de la escritura).

RescueTime:

https://www.rescuetime.com/ (Herramienta que sirve para medir a qué dedicas tu tiempo cuando usas tu ordenador).

Seth's Blog:

https://seths.blog/ (El blog del experto en marketing Seth Godin).

StayFocusd:

https://zapier.com/blog/stay-focused-avoid-distractions/#stayfocusd (Extensión para el explorador Chrome que ayuda a bloquear distracciones mientras trabajas).

Terrible Minds, el blog de Chuck Wendig. Ejercicios y disparadores de

microficción:

http://terribleminds.com/ramble/?s=flash+fiction

The 21st Century Creative:

https://lateralaction.com/21stcenturycreative/ Podcast de Mark McGuinness para gente creativa.

The Free Dictionary:

http://es.thefreedictionary.com/ (Diccionario online [el enlace lleva a su versión española] que incluye listas de palabras aleatorias).

The Science of Expertise:

http://scienceofexpertise.com/ (Laboratorio de investigación del departamento de Psicología de la Universidad de Michigan, centrado en el estudio de la adquisición de competencia).

Tutorial de control de cambios de Word, Instituto Superior de Letras Eduardo Mallea:

https://www.youtube.com/watch?v=JjbAFhW3Cxc&feature=youtu.be (Cómo utilizar la herramienta de control de cambios de Word al trabajar con profesionales de la corrección).

Tweetdeck:

https://tweetdeck.twitter.com/ (Aplicación para programar tuits y gestionar listas y notificaciones).

¡Ahora sí, este libro ha terminado!

Gracias de nuevo, lectora, lector o mantícora adorable, por concederme el privilegio de escribir para ti.

[1] Alguien se atrevió, sí. Izaskun Albéniz realizó una hoja de trabajo para todo el año. En el blog Excentrya, Jaume Vicent propone un método visto desde una perspectiva semanal. Y David Generoso lleva a cabo el reto del cuento semanal publicando todos los relatos en su blog. Puedes ver todos estos recursos y enlaces en la sección bibliográfica de este libro, al final.

[2] Vale, es posible que no exista esa categoría en Amazon. Pero debería. También abogo por una sección de «libros donde el narrador se saca pelusas del ombligo durante más de 300 páginas» y «mujer blanca heterosexual se casa con un hombre que le pone los cuernos y dedica el resto de la novela a reencontrarse consigo misma con ayuda de sus amigas, un amante cachas y mucho helado de chocolate».

[3] Insisto en que no tiene que estar físicamente frente a un espejo. Este no es más que un recurso para que el protagonista se analice y exprese sus pensamientos en esta etapa de su camino.

[4] Cuán tremendo es que esto no salga en los diccionarios.

[5] Como escritor. Como persona está claro que me enamoraron sus chistes malos, malísimos.

[6]Si no has pillado esta referencia, pregunta a tus padres, a tus abuelos o a cualquier DJ de más de treinta años de Cadena Dial.

[7] A quién quiero engañar. Lo del té solo me pasa a mí.

[8] Insisto en hablar aquí de autopublicación (es decir, editar y publicar tú tu novela). No descarto que pueda haber servicios buenos de autoedición mediante empresas e intermediarios, o incluso coedición con editoriales especializadas, pero en un 90% de los casos vas a acabar pagando mucho por hacer tú gran parte del trabajo.

[9]No obstante, antes de decidir qué ofertas realizar en Amazon, recomiendo que leas el artículo que escribí al respecto, que también tienes en la bibliografía de este libro.

[10] Siempre que no haya alguien vestido de payaso en ese grupo. Con algunas fobias no hay trucos que valgan.

[11] Traducción para mis lectores de más allá del charco: tener mucho

miedo, perder la compostura, necesitar ir al baño con urgencia.

[12] Testado en laboratorio.

[13] Jajajaja. No, es broma. Y cuando escribí este artículo, allá por 2015, ya era una broma.